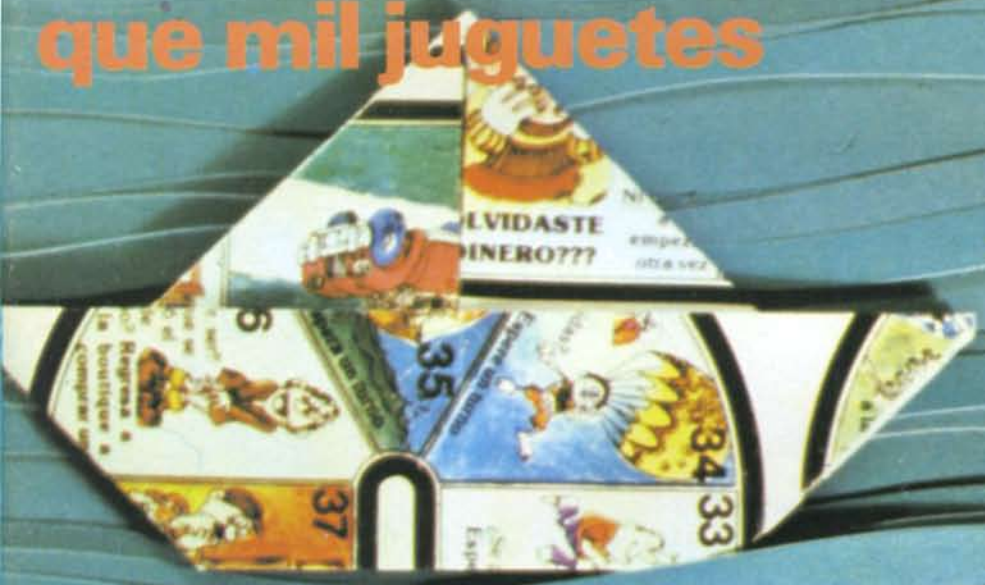
revista del
consumidor
No. 59
ENERO DE 1982
informa, capacita y orienta
VEINTE PESOS
UNA PUBLICACION DEL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

Día de Reyes: un juego vale más que mil juguetes



Estudio comparativo de muñecas

Tribuna: nueva sección para que los consumidores se quejen

Suplemento EL BRINCO: léalo con sus niños

Estas son las joyas que necesitamos

Como si fueran corbatas o calcetines, ahora se anuncian diamantes... y se les compara con el éxito.

Pero para la inmensa mayoría de los mexicanos, el éxito no está en portar diamantes, sino en una suficiente y adecuada alimentación: maíz, frijol, arroz... ésas son las joyas que necesitamos producir y hacer llegar a todos para que las puedan consumir. Lo otro, sólo son destellos que deslumbran.

Un juego vale más que mil juguetes

Aunque estos tiempos ya no sean los de antes y pese a que aquella vieja noche mágica haya perdido mucho de su misterio y algo de su sorpresa, la noche de Reyes sigue siendo de los niños. Pero no todos opinan lo mismo y pareciera que algunos —bombardeo publicitario mediante— han resuelto que la fiesta les pertenece. No se confunda. Cuando piense en el regalo de Reyes, recuerde que su hijo, como los niños del mundo entero, necesita jugar para vivir. Si usted le ayuda a hacerlo él transformará cualquier cosa en el más maravilloso de los juguetes.

En 1981, las cifras de ventas de los principales fabricantes de juguetes nacionales superaron en nuestro país los 5 mil millones de pesos. Más de 2 mil productos, que frecuentemente sólo se diferencian en los pequeños detalles introducidos como innovaciones, se disputan la preferencia de los niños y asedian, sin contemplaciones, los bolsillos de sus papás. El arma por excelencia es la publicidad televisiva, que alcanza su punto máximo en los meses próximos a las fiestas de fin de año. Como no podía ser de otro modo, la elección de los comerciantes es harto eficiente: resulta difícil encontrar niños que no sucumban a sus anuncios (**"en la tele se ven re-padres", "los más bonitos son los de la tele", "son esos los que yo pido"** son las expresiones más frecuentes) ni padres que, más allá de sus excusas, se resistan a los reclamos de sus hijos.

Sin embargo, para los niños el atractivo de estos juguetes resulta por lo general tan poderoso como efímero. **"A los dos o tres días ya se cansan, no les divierten y no les prestan la más mínima atención"**, nos dice una de las madres entrevistadas. Es que lo que los chicos necesitan es nada más —ni nada menos— que **jugar** y pocas veces los modernísimos artefactos-que-hacen-todo-

REVISTA DEL CONSUMIDOR 59 enero 1982

solos satisfacen este requerimiento. De ahí que pasado el brillo de la novedad terminen su corta vida en el closet de los trastos viejos.

Jugar es vivir

"Entre otras cosas, los niños juegan para ejercitar los roles que luego van a ejercer —dice la licenciada en Educación Esther Jacob, autora de varios libros infantiles y que se desempeña en la SEP—; **reproducen el mundo de los adultos y, jugando, van aprendiendo los valores sociales, internalizando normas, formando una conciencia moral".** En opinión de los especialistas, se trata del modo en que a esa edad se establece la relación con el mundo. **"Juegan para hacer realidad sus fantasias, para imitar a los grandes, para recrearse o para crear cosas o simplemente juegan por vivir; y como el niño al jugar está viviendo, el juego debe tener de todo"**, afirma la pedagoga Olivia Margarita Santos, de la Universidad Pedagógica Nacional.

Si esto es así, no hay dudas que lo importante para el niño es poder y saber jugar, o lo que es lo mismo, divertirse actuando, creando, participando. Cuando lo hace, cualquier cosa —una madera, una pelota de trapo, un pedazo de papel, la vieja muñeca pelona— pueden convertirse en el más preciado de los juguetes.

Y en este aspecto el rol de los padres, al motivar, al estimular al niño tiene una gran significación. **"El juego ha cambiado con la vida moderna** —dice Esther Jacob—; **ahora al niño se le pide que esté quieto, que no manche, se le limita el espacio, frecuentemente se le reduce a los juegos de salón. Esto no es malo, hay que aceptar los cambios. Lo malo reside en que todo se compra y nada se hace junto al niño. Los padres deberían aprovechar las horas que gastan en ir a comprar juguetes en convivir con el niño y hacer entre los dos un juguete; ahorrarían tiempo y dinero y, lo que es más importante, estimularían la creatividad y la imaginación de su hijo".**

De las rondas al robot supersónico

En los recreos de las escuelas, en los parques, en los patios de las casas, los pequeños prefieren los viejos juegos que, no casualmente, practican los niños de todo el mundo. La 'roña' la reata, matatenas, el

Un juguete hecho por uno mismo brinda muchas más satisfacciones

avión, las canicas, 'policías y ladrones', el balero, los exploradores y tantos otros sobreviven en los resquicios que dejan los departamentos y la vida de las grandes ciudades. **"A la hora del recreo lo que yo hago es correr—** dice Susana Olivero Flores, de nueve años—; **me gusta correr con las otras niñas, jugar a las escapadas, a 'stop' y brincar reata".** Sin embargo, parecen ser los niños miembros de familias de escasos recursos quienes conservan más estos juegos. En opinión de la educadora Teresita Vargas Isla, que trabaja en un Jardín de la SEP, si muchas de estas actividades se han ido abandonando en los últimos años, la responsabilidad corresponde en gran parte a los padres.

"Es más fácil sentar al niño frente al televisor que jugar con él —dice—, **y los chicos, que gustan imitar, quieren todo lo que les anuncian en la tele. En mi Jardín, que es de niños pobres en Contreras, la situación es distinta. Los padres enseñan a sus hijos a jugar a "Naranja**

¿VER TELEVISION ES UN JUEGO?

—No, **definitivamente no; es una diversión porque el niño es un espectador pasivo ante ella,** responde la licenciada en Educación y autora de varios libros infantiles Esther Jacob. En su opinión, el principal valor de la televisión reside en que es un acercador de experiencias que no se tienen prácticamente (**"un niño que no conoce el mar se acerca a él al verlo en la tele"**), aunque con adecuadas programaciones, muy poco habituales, podría promover la acción en la vida de los chicos.

"Es difícil hacer entender al niño que es mejor jugar que ver la tele, sobre todo si en la casa no se crea un ambiente favorable, por ejemplo, si el chico se pasa todo el día solo y no tiene otra diversión que el televisor, o si la familia acostumbra mirar la tele mientras come o encenderla cuando llegan los amiguitos". Para Esther Jacob, lo conveniente es que los padres antes de dormir descarten la televisión y platiquen con sus hijos, les lean un cuento. **"Al niño no se le convence con el 'mira, no veas televisión porque es malo', no, eso no... se le propone 'vamos a jugar a tal juego', y es muy difícil que él no quiera hacerlo".**

Pero una cosa es evitar que el niño quede abandonado frente a un televisor y otra muy distinta prohibirle ver la tele. Más bien se trataría de enseñarle a ver televisión. Dice Esther Jacob. **"Hay que ver la tele junto a él y fomentar su espíritu crítico. Hay que decirle: 'ponte listo con los anuncios que verás ¿tú crees que te pondrás fuerte como un tigre si comes tal cereal o tomas tal chocolate?' Y dejar que él mismo responda, busque las razones y encuentre la verdad. O también: ¿'tú crees que cuidando el agua se ahorrará más,' con lo que verá las diferencias entre los distintos tipos de anuncios. Hay que enseñarle a analizar el contenido de las series televisivas planteándole preguntas: '¿te gustó? ¿por qué? ¿qué final inventarías tú? ¿qué te gustaría cambiar?' y así se irá logrando una actitud positiva ante la televisión".**

EL JUGUETE ARTESANAL: UNA OPCION CASI OLVIDADA

El alud del plástico, de lo importado, de los juguetes electrónicos ha desplazado considerablemente al tradicional juguete popular mexicano. **"Corresponde a la pérdida de nuestro arte popular",** dice el señor Alberto Díaz de Cosío, subdirector técnico del FONART, quien evoca los tiempos en que el mercado de Sonora estaba inundado por carritos de madera, soldaditos de plomo, caballitos de cartón, animalitos de barro y de madera y tantos otros. **"Ahora se fabrican menos y entonces son frecuentemente caros** —sostiene— **aunque aún en algunas partes de la ciudad los vendedores ambulantes ofrecen los payasitos, los títeres de trapo o los muñequitos de estambre".**

Además de estos puestos de venta callejera, los locales del FONART son uno de los reductos de los juguetes artesanales. Allí es posible obtener, a precios accesibles, trompos, tambores, baleros, yoyos, muñecas de trapo, carritos, cazuelitas. También hay aviones y carritos de madera que destacan por su diseño y su colorido y que muchas veces compran los mayores.

En algunos días de la semana desde las ocho de la mañana hasta las nueve de la noche, el artesano Pablo Cárdenas —que vive en Atlacomulco, Estado de México- vende en el Zócalo las guitarritas, violines, bandolinas y arpas que él mismo fabrica. Su oficio viene de generaciones y ahora sus hijos colaboran con él. **"Todo lo hago en madera y en miniatura** —dice—; **por día fabrico tres o cuatro docenas de juguetes y los vendo muy bien, especialmente el violín, que es el que tiene más aceptación. Yo le gano como 15 pesos por cada uno ya que me cuesta 30 y lo vendo en 45".**

Muchos de los juguetes artesanales, en particular los de cartón, trapo y algunos instrumentos musicales, se cuentan entre los que los niños prefieren. Tal vez porque les sirven para jugar ya que no son "juguetes que juegan solos".

Juegos como el avión no cuestan y si divierten

Dulce...", "La Víbora de la mar" y otros similares. Tal vez se deba a que estos niños casi no tienen televisión, ni sus amiguitos juegan con trenes eléctricos o juguetes supersónicos".

Y los chicos ¿qué opinan? **"Los juguetes de pilas o de cuerda no me gustan** —dice Carlos Cordero Popoca, de 11 años—; **eso no es diversión, no es juego; en algunos, como las computadoras, hay que prestar atención, como en la escuela. Yo prefiero venir al parque y jugar al futbol y al beisbol. Esos juguetes son para un niño ocioso, que no tiene nada que hacer, que sólo le queda jugar, bueno, 'dizque jugar' con eso".** No siempre las opiniones son tan rotundas, pero sí en general el rápido desencanto. **"Al día siguiente que me regalaron un borreguito de cuerda ya no me gustaba, no le veía chiste** —comenta Leopoldo Favela Villa Merás, de ocho años—; **a mí me gustan los autos porque puedo yo mismo correrlos, chocarlos o jugar competencias con mis amigos... además, a esos juguetes 're-caros' tus papás no te los dejan casi usar ni llevar al parque...".** Para María Luis Topete Negrete, de seis años, las mejores muñecas son las que no se rompen rápido. **"Aunque no hagan nada, pero que yo pueda jugar con ellas",** dice. Y en cuanto a las ventajas de ciertos juguetes, no se muestra demasiado convencida. **"Los juguetes que juegan solos, como esos robots o esos ositos que toman refresco se me hacen divertidos, pero prefiero jugar con otra cosa que yo pueda mover como quiero. Claro que para mí lo mejor es salir al parque —cuando me deja mi mamá— y jugar con mis amiguitas a la casita, la roña, o a "encantados. Eso sí es divertido".**

Hacer un juguete

Es difícil que a un niño no le guste crear, armar cosas, investigar, usar su imaginación, pero en caso de que así ocurra lo más probable es que se deba a la falta de estímulos. ¿Cómo deben hacer los adultos para motivarlo evitando el fácil y cómodo recurso de darle el juguete de moda? Las formas son muchas siempre que se tenga en cuenta que **lo importante es que el niño participe,** actúe y no sea un mero espectador. **"El juguete debe servir para que el niño 'haga' algo con él** —afirma Teresita Vargas Isla—; **debe interesarle no por bonito ni por caro sino precisamente para jugar".** También los juegos que promuevan la acción e interacción con otros niños o con adultos, son indicados. **"Si no se cuenta con demasiado espacio se pueden elegir juegos de mesa** —dice Esther Jacob—; **lo importante es que no sean juegos donde todo lo decida el azar sino que promuevan la actitud inteligente y reflexiva del niño como en el caso del timbiriche, el parkasé, el ajedrez y otros".**

Hacer un juguete, pensarlo, diseñarlo, armarlo, hacerlo actuar es uno de los modos más creativos —y más entretenidos— de jugar. **"Estoy segura que el niño prefiere mil veces más fabricar un juguete junto con sus padres que ir a comprarlo",** sostiene Esther Jacob, y los relatos de los chicos parecen confirmarlo. A Carlos Cordero Popoca, que cursa sexto año de primaria le encanta dibujar con plumones las ciudades, las carreteras y las canchas de futbol y hacer muñequitos de plastilina. **"Yo creo que mis propios muñecos con plasti** —nos dice— **y los hago como quiero: altos, delgados, bajos... luego juego con ellos para que**

COMO LOGRAR QUE LOS JUGUETES EDUCATIVOS CUESTEN POCO

Los llamados juguetes educativos —que por lo general no tienen demasiados anuncios en TV— son aconsejables, porque además de entretener posibilitan el juego y el aprendizaje. Pero uno de sus inconvenientes reside en su alto precio, que frecuentemente los convierte en inaccesibles. **"El problema es que los fabrican en pequeñas cantidades** —dice la señora Consuelo Domínguez de Zamayoa, encargada de una tienda especializada en el sur del D.F.— **y a diferencia del resto de los juguetes, el surtido es escaso y a precios elevados".**

No obstante, una opción es fabricarlos uno mismo y, cuando sea posible, con la participación de los chicos. No requiere demasiado tiempo, es entretenido y ¡sale baratísimo!. Hay que proveerse un pincel delgado (15 pesos), pintura vinci (cada lata sale a 10 pesos), una lija de agua (ocho pesos) y tablitas y maderas que se obtienen gratis en cualquier maderería.

Para hacer un **dominó** hay que conseguir 28 tablitas o cortarlas de desechos de fibracel o madera delgada con una segueta. Una vez lijadas se pintan como uno quiera, con figuras de manzanas, peras, animalitos o lo que se prefiera. Ya está listo. En las tiendas este juego cuesta alrededor de 330 pesos.

En el caso del **rompecabezas,** se necesita un pedazo de cartón grueso o de fibracel; sobre él se calca el dibujo elegido, se lo pinta con crayolas, o pintura vinci y luego se corta de diversas maneras. Si usted lo compra le costará unos 130 pesos como mínimo.

Un **reloj** requiere un desecho de madera de la forma que se prefiera y unos palitos de paleta para las manecillas. Pinte la madera de un color brillante y luego los números con pintura vinci. Sujete las manecillas con un clavo, y ya... en las tiendas le costará 245 pesos, así no supera los 30.

Las **perlas creativas** se ensartan con hilaza, se hacen collares, etc. Pueden cumplir el mismo fin los carretes de hilo sobrantes, la sopa de letras, algunas semillas. Conviene pintarlas de distintos colores. Si opta por las perlas que se venden en la tienda de juguetes educativos gastará unos 350 pesos.

Los **juguetes "de encastre"** son especialmente preferidos por los chicos de dos y tres años. Con envases sobrantes de distintos tamaños, o vasos de plástico usados que se pueden forrar o pintar de distintos colores el niño podrá jugar metiendo uno dentro del otro sin necesidad de gastar los 200 pesos que cuestan en los comercios especializados.

metan un gol; y la pelota también la hago chiquita, de plastilina o de papel". A Leopoldo Fabela Villa Merás le gusta hacer pistolas de madera que disparan corcholatas, a Claudia Aguirre Vargas fabricar **"un Pinocho grandotote"** y María Luisa Topete Negrete arma casitas de madera, aunque le gustaría que su mamá le enseñe a fabricar una muñeca.

Y no faltan los chicos que aunque tengan todos los juguetes de la tele, prefieren frecuentemente los que ellos mismos hacen. Ramón Fernández Diez, de siete años, insistió hasta que su mamá le compró la 'Villa de Fisher Price' que veía todos los días en los anuncios y que sus primos ya tenían. **"Después de armarla una vez, ya se me hizo aburrido** —relata—, **así que ya no jugué con ella y fabriqué mi propia ciudad. Yo colecciono todos los anuncios de muebles; pues los recorté, los pegué en cartón y armé casitas en las que hago jugar a mis muñequitos. Es más divertido que la Villita".**

El juego: anhelo presente en todo niño

Por la senda del placer

En la medida que el juego es una actividad básica del niño, jugando no sólo se divierte y desarrolla sus facultades sino que incorpora conocimientos, desarrolla el espíritu crítico, trabaja. Cecile Gagnon y Henriette Major, dos escritoras canadienses especializadas en literatura infantil que entrevistamos en la última Feria del Libro Infantil y Juvenil nos dicen: **"De la familia dependen tanto el hábito de leer como que la lectura se vea como un juego. No se trata de forzar a los niños a aprender leyendo; si un chico siente placer al leer o al hojear un libro, el aprendizaje vendrá solo, porque ellos aprenden jugando, disfrutando las cosas y por lo tanto los libros".** En opinión de las autoras, resulta ne-

JUGUETES PARA HACER JUGANDO

Con maderas de desecho, corcholatas, pintura vinci, resistol y clavos, más algunas indicaciones de los padres (siempre que sean imprescindibles) los niños pueden armar sus **cochecitos, camiones, aviones y barcos.** Una vez cortada, se debe lijar la madera y pintarla con los colores que se elijan; si se trata de un auto se pintarán las ventanillas, y el volante y se le colocarán rueditas o corcholatas. Si es un avión se le pegan alas de fibracel y si se trata de un barquito hay que colocar una paleta con una vela de tela. Y cada niño, con mucha más imaginación que sus padres, construirá los juguetes tal como él los ve. En pesos, esto no puede costarle más de 50 mientras que en las tiendas los precios van de 70 pesos (si es plástico) hasta más de 600.

Los **títeres** se hacen con cualquier sobrante de tela; se la dobla, se marca sobre ella el molde básico (lo único que cambian son las orejitas) y se corta. No queda sino coserla, pegarle las florecitas o adornos que más gusten y colocar los ojitos, la boca y la nariz hechos con alguna tela lisa.

La **muñeca de trapo** que, pese a todo sigue siendo muchas veces la preferida, es muy fácil de hacer. Se toma una calceta vieja y se la rellena con borra (con unos cinco pesos de borra es suficiente). Ciñendo bien con un hilo la parte superior de la calceta, se forma la cabecita y se cose la calceta por la parte inferior del cuerpo. Tanto para los bracitos como para las piernas sólo hay que cortar una calceta a lo largo en dos partes, coser cada una de ellas y rellenarlas con borra. Luego se las cose al cuerpo de la muñeca. Los ojitos y la boca, que se hacen con tela, se pegan en la carita. En cuanto a los cabellos sólo hay que formar un manojo con trozos de estambre, sujetarlos bien ligados por su mitad y pegarlos con resistol. Luego con trapos y telas sobrantes se le hacen las ropitas. Todo el proceso, en el que se usan muchos materiales que hay en cualquier casa, no cuesta más de 20 pesos contra los 300 o 400 de las muñecas de trapo que se venden en algunos comercios.

Del mismo modo, con elementos de fácil obtención y manejo, los chicos pueden hacer tambores, claves, sonajas, casitas, ciudades y todos los juguetes que quieran fabricar jugando.

gativo imponer lecturas a los chicos. Por el contrario, si se convive más con ellos, si se los lleva a las librerías para que elijan lo que les gusta, si se los acostumbra a jugar leyendo, los niños **"jugarán, disfrutarán y aprenderán al mismo tiempo".**

Para la licenciada en Educación Miriam Nemirovsky, de la Universidad Pedagógica Nacional, todo juguete que posibilite inventar, crear, ser usado desde todo punto de vista, es un juguete educativo. No es el caso de algunos juguetes sofisticados, que, en su opinión, limitan a los niños. **"Cuando con corcholatas, palitos, trapos,etc, el niño arma un objeto no existente, inventado por él, está creando, y eso es lo más pedagógico"**, dice. En la misma dirección, la pedagoga Olivia Margarita Santos desarrolla la idea del "juego-trabajo" sustentada en la afirmación de que un niño que bien juega, bien trabaja. **"El juego es un paso para trabajar cuando se llega a adulto** —afirma— **y para ver el trabajo como algo lindo, como algo satisfactorio y no como una obligación".**

Los mil y un inventos

Todo parece indicar que los juguetes de modà, esos que salen en la televisión o que su hijo pide porque los tienen sus amiguitos, ocupan un lugar más que relegado en la formación de los niños; y también puede afirmarse que un chico que gusta ati-

borrarse de ellos con la misma vertiginosidad con que los descarta es frecuentemente un niño que no sabe jugar. Hemos dicho ya que lo decisivo reside en el rol de los adultos, muy especialmente de los padres. Y en esta cuestión, de ningún modo se trata de no regalar juguetes. Por el contrario, un niño bien estimulado, que inventa, que se divierte, que aprende mientras juega estará en inmejorables condiciones de elegirlos, de inventarlos, de romperlos y volverlos a armar.

Lo importante es jugar con los chicos, motivarlos, brindarles la multitud de alternativas existentes. Algunas son éstas:

- Los juegos tradicionales al aire libre y en grupo. Llévelos regularmente a los parques. Con dos palos de escoba en cualquier espacio abierto su hijo podrá hacer ejercicios y desarrollar su destreza física.
- Los juegos de salón, en especial los llamados "juegos educativos" y todos los que promuevan la agilidad mental.
- Las actividades que lo estimulan a investigar, como son observar las formas de vida en parques y jardines (arañas, gusanitos, hormigas) o criar algunos insectos y plantas, experimentar con semillas, etc.
- Armar colecciones de elementos fáciles de encontrar y que a la vez sirven para armar otros juguetes (como piedritas, hojas, corcholatas, palitos,etc).
- Los juegos que estimulen la expresión artística: dibujar los juguetes y modelarlos con barro o plastilina, armar pequeños conjuntos musicales con instrumentos simples, imitar frente a un espejo a los personajes preferidos, disfrazarse y representar cuentos y películas, etc.
- Las actividades en las que el niño "trabaje" con sus padres, como carpintería, tareas en el jardín, cocinar (y no en la cocinita de juguete), coser ropitas a las muñecas, etc.

Como usted sabe, hay muchísimo más. No se trata sino de planificar las actividades de sus hijos, distribuir bien el tiempo y dedicar los momentos con los niños simplemente a ellos. Si jugar también para usted se transforma en un placer, los superjuguetes quedarán recluidos en los anuncios de la televisión.

[L.P. Información: Isabel Arbesú]

SUMARIO

GASOLINA
Pág. 22
Aprendámos a cuidarla

FRAUDE CON ALIMENTOS EN ESPAÑA
Pág. 25
Cuando veas las barbas de tu vecino...

SUPLEMENTO INFANTIL 'EL BRINCO'
Páginas centrales
Información y diversión para sus niños

Y ADEMAS...

Un juego vale más que mil juguetes	1
El cartón de portada	8
Editorial	9
La Voz de los Trabajadores	10
Tribuna	12
Esto dijimos, revelamos, descubrimos en el '81	17
La moda del futbol americano	21
¿Dónde quedó la muñeca fea?	35
El interior del INCO	38
Consumidor prevenido vale por dos	43

CARTON DE PORTADA

por Alberto Isaac

La voz de los trabajadores

CONGRESO DEL TRABAJO
UNIDAD Y JUSTICIA SOCIAL

EL SECTOR HOTELERO: LA PROPINA NO PAGA EL SUBEMPLEO

Las actividades económicas que dependen de los servicios de hotelería y de los establecimientos de comidas y bebidas tienen en nuestro país un lugar destacado, en especial por su incidencia en el sector turístico. Se trata de un campo de inversión fundamentalmente privada y es el principal activo del turismo, con una inversión estimada en 40 mil millones de pesos y cerca de 7 mil hoteles en todo el país.

De las primitivas posadas, ventas y mesones que a partir del siglo XVI fueron poblando los caminos de la Nueva España, a los imponentes hoteles de los actuales desarrollos turísticos, mucho es lo que ha cambiado. El sector turístico de nuestros días, con bajo contenido de bienes importados y activo exportador de bienes y servicios, ofrece atractivas oportunidades para la inversión privada. Si a esto se suma el apoyo financiero que otorga el gobierno a través de inversiones y créditos, no resulta difícil imaginar la potencialidad de este sector en cuanto a la dinamización de la actividad económica y la generación de empleos.

La inseguridad constante

Sin embargo, la situación de los aproximadamente 600 mil trabajadores que en todo el territorio de la República se desempeñan en el área hotelera no refleja, ni de lejos, la importancia de esta actividad. El rasgo dominante es la profunda diferenciación existente entre los trabajadores y que proviene de diversos factores: sindicalización, zona de trabajo, características de la empresa, especialidad y tipo de contrato individual (eventual o de

planta). Así, mientras en un polo se ubica un reducido grupo que tiene condiciones ventajosas sobre el resto, el extremo opuesto es ocupado por los trabajadores no especializados y bajo contratación eventual que no están sindicalizados y que laboran en pequeñas empresas radicadas en zonas de escasa afluencia turística.

Solamente el cinco por ciento de los trabajadores está sindicalizado, y de este núcleo es un pequeño sector el que se desempeña en empresas importantes de hoteles y restaurantes. La inmensa mayoría vive con la "espada de Damocles" de la inseguridad en el empleo y la carencia de numerosas prestaciones. Es que las condiciones de la afluencia turística y de la demanda de servicios de alimentos y bebidas regulan el número de contrataciones y las empresas optan sin dudar por los trabajadores eventuales. Mientras un trabajador de planta —y más aun si está sindicalizado— trabaja ocho horas, disfruta de los descansos obligatorios y de las vacaciones, de los servicios médicos, la capacitación, el pago de horas extras, etc., el eventual carece generalmente de estas ventajas: es frecuente que continúe sus labores fuera de la jornada establecida y, al ser contratado por algunos días —o a lo sumo una semana—, no cuenta ni con servicios médicos ni con vacaciones.

Con frecuencia los sindicatos recurren, para mejorar la situación, a formar cooperativas de servicios para banquetes y otras actividades del ramo. Ni aun así los resultados son satisfactorios ya que se depende tiránicamente de la demanda.

La propina es una trampa

El salario es otro elemento de diferenciación. A las variaciones acentuadas que se registran según los establecimientos, se suma otro factor, ya inherente a este campo: la propina. Hasta cinco y diez meses más alta que el salario nominal, su presencia es tan fundamental para la subsistencia del trabajador que aun algunos contratos colectivos y la propia Ley Federal del Trabajo la consideran parte integrante del salario.

Por supuesto, no recibe la misma propina un mesero de alguna fonda de la zona de "La Villa" que quien se desempeña en la "Zona Rosa". De ahí que sea uno de los principales factores de diferenciación de las remuneraciones en puestos similares. Pero además, se trata de una verdadera bendición para las empresas puesto que los consumidores —ya sea como parte integral del pago, como cuota de servicios, como porcentaje mínimo o como una cantidad establecida por costumbre— se encargan de ahorrarles a los propietarios de los establecimientos una buena cantidad de dinero en concepto de pago de salarios y prestaciones.

Y esto no es todo. Gran parte de los trabajadores de hoteles, bares y restaurantes no reciben la propina. Ni los mozos, galopinas, empleados de mantenimiento, cajeras, cocineros, vendedores, cameristas, garroteros, oficiales, detallistas, encargados de alimentos y de cocina cuentan con esta posibilidad.

La situación de los trabajadores del sector hotelero presenta dificultades para su resolución. Pese a que ellos representan un importante potencial económico, la dispersión existente, la eventualidad de los empleos, la desigualdad de salarios y el consiguiente escaso grado de sindicalización, constituyen serias trabas que provocan el subempleo y aun el desempleo que se registra en este ramo.

Además de los esfuerzos por agrupar a un número de afiliados cada vez mayor, los objetivos de los sindicatos se dirigen al logro de la retabulación de algunas categorías, la capacitación y adiestramiento, las vacaciones y una mejor alimentación. La creación de nuevas cooperativas de servicio a domicilio sigue siendo una de las posibilidades de atacar la desocupación que afecta a numerosos trabajadores.

Sé de antemano que al iniciar el año principian las preocupaciones, principalmente las económicas, pues como buenos mexicanos, en posadas, navidad, año nuevo y reyes "echamos la casa por la ventana", nos interesa poco el mañana y apresuradamente emocionados nos preocupa disfrutar el presente.

¿Qué le vamos a hacer? Cómo dice mi compadre Nacho, así "semos" y ni modo de cambiar.

En esto, mi estimado amigo y compañero, no estoy de acuerdo; eso de que "ni modo de cambiar", me suena a resignación, conformismo, sumisión. Creo que estarás de acuerdo conmigo en que todo en la vida tiene un principio y un final.

Empezamos por ser los grandes imitadores de todo lo que vemos y de lo que oímos; tú me entiendes, terminamos siendo parte del jueguito: "lo que hace la mano hace el de atrás", y esa cadena interminable limita nuestra libertad de acción, de pensar, de meditar y razonar, para agrandar esa "bola de nieve", que alguna vez, como en el pasado diciembre, nos tuvo que aplastar.

Querido amigo y compañero, te explico el consejo y me quedo sin él, porque a mí me pasa lo mismo. Este mes de enero tengo que visitar a Don Pedro, me refiero a lo que ya sabes, el Monte de Piedad; tengo que pedir en la caja de ahorros del sindicato y me da la corazonada de que si no me adelanto, la caja va a estar vacía de tanto préstamo.

Por eso te escribo, como una confesión y un desahogo, tal vez con la esperanza de convertirme en un hombre que recobre su libertad de acción, capaz de meditar, razonar y tomar decisiones propias, nunca ajenas; por lo tanto te invito sinceramente a compartir una promesa: ¡Qué se vayan a volar las fiestas, los santos, los sabaditos alegres, los días del compadre y toda esa sarta de festejos!

¿Por qué a veces seremos tan tontos y nos gastamos todo nuestro sueldo sin meditar? Fíjate que si la tontería se considerara como delito en el Código Penal, la mayor parte de nosotros estaríamos en el "bote"; así de grave es el asunto. Lo comento contigo porque te tengo confianza y eres de mis mejores cuates en el trabajo.

Para terminar, te invito con sumo cariño a que hagamos una promesa para bien de nuestra familia y tranquilidad de nuestros bolsillos: ¡Qué el año 82 los famosos regalitos obligados nos vengan guango a los dos!

TRIBUNA

Más vale prevenir

Por: Gabriela Martínez

Como jefa del Departamento de Promoción Directa del INCO, recibo diariamente a muchos consumidores que acuden a nuestra institución buscando asesoría para algún problema con comerciantes, proveedores o prestadores de servicios. Por la asesoría y orientación que ofrecemos, la unidad bajo mi cargo se ha ganado el nombre de "la medicina preventiva", pues procura hacer viables soluciones que eviten conflictos más complicados. A través de esta columna comentaré mensualmente alguno de los casos que nos han presentado, por considerar que puede ser una información útil para nuestros lectores.

La señora Mariana Ramos acudió al INCO después de esperar inútilmente la entrega de un closet y dos puertas que había mandado hacer el 5 de septiembre. En esa fecha ella había pagado por adelantado 8,320 pesos de los 18,320 que le costaría el trabajo en su totalidad. La promesa de entrega había sido para el 20 de septiembre y habían pasado más de 20 días de esa fecha sin que hubiera indicios de que el proveedor cumpliera con lo pactado.

Lo primero que hicimos fue ponernos en contacto con el carpintero, el maestro Rodríguez, para indicarle que con su actitud moratoria estaba violando el artículo 52 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que indica la obligación de todo proveedor de bienes o servicios de respetar los términos, plazos, fechas, condiciones, modalidades, reservaciones y circunstancias conforme a las cuales se ha convenido con el consumidor la entrega del bien o la prestación del servicio.

También le indicamos al maestro Rodríguez a pesar de que la señora Ramos tenía el derecho de acudir a la Procuraduría Federal del Consumidor a presentar su queja, la consumidora prefería que el caso se arreglara convenientemente sin tener que recurrir a esa instancia.

Ante estos señalamientos, el carpintero prometió cumplir en un plazo no mayor de diez días, cosa que realizó satisfactoriamente.

Si usted tiene alguna consulta que hacer, si desea orientación en el conocimiento y ejercicio de sus derechos como consumidor, puede acudir a la Unidad de Promoción Directa, ubicada en la planta baja del edificio del INCO: Insurgentes Sur 1871 o bien llamar a los teléfonos 550-47-55, extensiones 166, 167, 185, 192, 193, 194 y 195.

Cero en conducta

Diariamente son presentadas cientos de quejas ante la Procuraduría Federal del Consumidor; algunas son resueltas por medio de conciliación telefónica, otras llegan a necesitar audiencia, pero también encuentran arreglo. Sin embargo hay una cierta cantidad de quejas que, a pesar de seguir todos los pasos en busca de aveniencia, jamás llegan a conciliarse. Y hay también algunas empresas que se caracterizan por su intransigencia y su invariable decisión de no conciliar.

Considerando que hacen más daño estas empresas que las que son motivo de muchas quejas —a veces debido a su elevado volumen de ventas— pero demuestran buena voluntad para corregir sus errores, en esta sección mencionaremos precisamente a quienes han demostrado no tener ningún interés en remediar los perjuicios que han causado a los consumidores, es decir, los prestadores de bienes o servicios que obstinadamente se niegan a conciliar.

Con esta sección no pretendemos satanizar a nadie, buscamos, eso sí, que los consumidores tengan la información suficiente para tomar la decisión adecuada al momento de comprar un bien o contratar un servicio.

Dentro del rubro de inmobiliarias, las empresas que nunca concilian, de acuerdo con información proporcionada por la Procuraduría Federal del Consumidor, son:

+ Conjunto Residencial Villamarina. Condominios de tiempo compartido en Acapulco, Guerrero.

+ Consorcio de Promotores, S.A. Fraccionamientos en Cuautitlán Izcalli, estado de México.

+ Cipasa. Condominios de tiempo compartido en Acapulco, Guerrero.

+ Residenciales Las Alamedas. Fraccionadora en Las Alamedas, estado de México.

+ Benito Israel e I. Gordon y Co. Condominios en el D.F.

+ Consorcio financiero FRISA y PRISA.

En todas partes se cuecen habas

El licenciado Rafael Arias Hernández, delegado de la Secretaría de Comercio en Xalapa, Veracruz, nos turna una queja del señor Arturo Mondragón Rodríguez con domicilio en Zaragoza No. 27, Coatepec, Veracruz, quien se suscribió a la Revista del Consumidor en el mes de abril y, desde entonces, sólo ha recibido un ejemplar. El licenciado Arias nos pide solucionar este asunto.

★

Apenas recibimos su carta dimos aviso a la oficina de distribución de la Revista, a fin de que el señor Mondragón reciba los números faltantes y se regularice su suscripción.

Lo bueno

Esta es de las cosas que nos demuestran que nuestra labor vale la pena. Se trata de una parte del informe anual de 1980 del Grupo Industrial Bimbo, que a la letra dice: "... **desde hace algún tiempo el Instituto Nacional del Consumidor ha estado viendo con preocupación la importancia de la venta de los pastelillos, en vista del uso equivocado que hacen de ellos algunas personas. Consideramos que estos pastelillos son un postre o golosina y que tienen un papel propio en la alimentación humana. Sin embargo, atendiendo las indicaciones del Instituto, hemos decidido reducir y reorientar la publicidad de estos productos, asi como mejorar en lo posible su valor nutritivo. Nuestra política futura será de crecer moderadamente en esta línea".**

Albricias por esta medida que a la vez que redituará en beneficio de todos los consumidores, nos alienta para seguir con nuestro trabajo.

Sin comentarios

DISPENSARIO MEDICO

RAMOS MILLAN NO. 897 TEL. 25-06-37
GUADALAJARA, JAL.

Noviembre 25 de 1981

CARTA AL MP. JUAN RUIZ GILI
(Coordinador del Programa "60 minutos: Periodismo de Fondo")

Por:GILBERTO PRIMO

Muy Estimado Sr. Ruiz:

Por medio de esta carta le saludo, esperando este en bien con su conciencia y que no le este atormentando con autoculpas que le provoquen dolor de cabeza.

Fué para mi, un humilde televidente, asiduo de su ya famoso programa "60 Minutos", una verdadera desilusión ver como caia del lugar tan alto que lo tenia, es triste verlo pero, al modo, se vió como una estatua que se creia tenia pies de concreto y resultan pies de barro que porvocan su derrumbe total. Me sentí verdaderamente defraudado de ver hasta donde puede llegar una persona al proteger intereses mezquinos y que porbablemente forma parte de ellos (por la elocuencia con que los defendio).

¿No se siente mal? ¿No le remuerde la conciencia? ¿No siente como un "piquetito" en el corazón? Yo creo que lo debe sentir y, de verdad, que siento pena por Ud. cuando supo que la persona que se le tenia con un alto sentido de la Etica se deja llevar por parcialidades nefastas . Creo que miles de personas (como pude comprobar personalmente con algunas de ellas) estan totalmente defraudadas y desilusionadas de su programa pero mas de Ud. , y como no lo van a estar si con su ultimo programa "de fondo" se quitó el antifaz y se mostró tal como lo que es Ud. verdaderamente: ¡ Un enemigo de la sociedad !

Si Sr. Ruiz, es Ud. un verdadero enemigo de nuestra sociedad triste y pobre, por que sepa Ud. que la sociedad a la cual estan dirigidos sus"documentales" no son los comerciantes voraces que Ud. pretende poner como pobres personas que buscan el bien de la comunidad sino que estan dirigidos a personas que son pobres consumidores y que estan a merced de los comerciantes.

Hace Ud. que [redacted] del Consumidor ataca a Váxi co por que desorienta al consumidor con información falsa, que poco conoce Ud. Señor sobre la empresa que llevan a cabo estas personas. Critica Ud. que al comerciante lo pintan con antifaz (como vil delincuente), revise Ud. las estadisticas y compruebe por que se le pinta así, por que verdaderamente son así.

¿O acaso le parece correcto que los comerciantes inflen los precios de todos los productos basicos, a su antojo, si no por la buena por la mala? ¿ O le parece correcto que uno lleve a reparar su automovil y le digan que le cambian piezas cuando no fué así ? ¿ O que los comerciantes usen "ganchos" o "chantajes" con los alimentos básicos por la compra de otros productos ?

Si esto le parece "verdaderamente" correcto (como lo pregono en su porgrama), Ud. Sr. Ruiz no puede hacer "Periodismo de Fondo" por que, no nada mas nos atoca a nosotros, si no que se atoca a si mismo. ENCAPACITELO !!!!!

GILBERTO PRIMO V.

P.D. le comunico que a partir del mes que entra le llegara a su casa puntualmente la "Revista del Consumidor" la cual me permiti pagarsela. No, no me de las gracias.

Chiflidos

Para Unión Técnica Frio Termic. Este negocio con tan curioso nombre se dedica a reparar tanto electrodomésticos, como refrigeradores comerciales. Es en este último ramo donde la negligencia de los técnicos ha tenido consecuencias serias, pues tienen por costumbre retrasar excesivamente la entrega de los refrigeradores comerciales que les encomiendan. Y para cierto tipo de tiendas —como carnicerias y lecherías— donde el refrigerador es vital, una demora imprevista en la entrega de su frigorifico llega a acarrear la pérdida de muchos pesos y, en ocasiones, de clientes molestos por encontrar productos echados a perder. También en la reparación de aparatos domésticos tienen lo suyo; la señora Gracia de Turati presentó una queja contra ellos debido a que le fue cobrada una compostura que nunca hicieron. Ojalá los señores de Unión Técnica Frio Termic tomen con seriedad el trabajo que realizan.

Fanfarrias

Para Stromberg Carson, que a pesar de ocuparse de un rubro donde las ventas son muchas, ocasiona muy pocas demandas en su contra ante la PFC y cuando algún problema se presenta, la empresa se aboca a solucionarlo de inmediato. Dicen en la PFC que esto se debe en gran parte a la diligencia de su encargado de relaciones públicas, el ingeniero Arenas.

Se solicita un estudio comparativo

El señor Gerardo G. Meneses, del D.F., plantea varias interrogantes con respecto a las características y calidad de los televisores a color de venta en México, pues afirma —y con razón— que el desconocimiento del consumidor sobre ese tema impide que se haga la compra más adecuada.

★

RESPUESTA:

Podemos informarle que próximamente saldrá publicado un estudio sobre televisores a color en la Revista del Consumidor, por lo que, de momento, le enviamos la información referente a televisores en blanco y negro para que pueda formarse un concepto general acerca de ese tipo de aparatos electrodomésticos.

no cumple

La señorita Nora Hilda García Vázquez de Ciudad Mante, Tamaulipas, escribe para hacernos saber que compró por correo un álbum de 3 discos a "Nova Discos, S.A.". Los discos llegaron, pero como no eran los que había pedido, los empacó y los devolvió con acuse de recibo. El problema es que hasta la fecha no le han cambiado los discos ni le han regresado su dinero y eso a pesar de que ha mandado ya dos cartas y un telegrama.

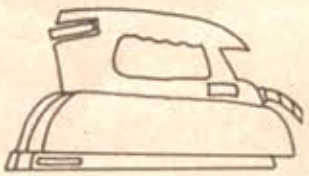
RESPUESTA.
Para poder ayudarle le rogamos nos proporcione la factura, la carta de reembolso y demás documentos que hagan constar la responsabilidad de la "Cía. de Nova Discos, S.A.".

Cuando la señora Estela Méndez decidió comprar una plancha que llegaron a ofrecerle a su domicilio, no suponía que los problemas que le acarrearía iban a demostrarle que no siempre es veraz la publicidad que se hace de los artículos.

"Adquirí la plancha Vapormatic 2000/81 que me ofreció un representante de la empresa LV de México, porque me convenció de que era magnífica: totalmente de plástico, muy liviana y de vapor, por lo que me aseguraron que planchaba mezclilla. Cuando quise probarla, el vendedor me dijo que no se podía, porque tendría que sacar la plancha de su paquete y después lo iban a regañar si yo no la compraba. En fin, como la iba a pagar en abonos, pensé que si algo andaba mal tendría oportunidad de reclamar, así que me quedé con ella" comenta la señora Méndez.

En cuanto el vendedor se marchó, la señora abrió el paquete, conectó la plancha y se dispuso a probarla. Pasaron los minutos y el aparato no se calentaba lo suficiente; una hora después, cuando finalmente sólo pudo planchar un pañuelo, se convenció de que lo que le habían dicho no era cierto.

"No solamente era incapaz de planchar mezclilla, ni siquiera lograba desarrugar las suaves camisas. Supuestamente es de vapor, pero en realidad lo único que hace es mojar la ropa. En el paquete aparece una señora planchando un traje, eso sí que es ridículo, si a duras penas logré planchar un pañuelo"



La consumidora llamó entonces a la empresa pidiendo que le devolvieron su dinero, pero sin éxito, por lo cual tuvo que dirigirse personalmente a LV de México: "me costó más caro el taxi que la misma plancha y sin embargo me reiteraron la negativa a efectuar el cambio o devolverme mi dinero", indica la señora Méndez que no tuvo más alternativa que acudir a la Procuraduría Federal del Consumidor, donde, por medio del departamento de conciliación telefónica se logró que la plancha fuera cambiada, ya que se estaban violando los artículos 5 y 19 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que tratan sobre la veracidad de la publicidad y la obligación de los proveedores de cumplir con lo que ofrecen.

LOS CONSUMIDORES NO SE DEJAN

UFF

El señor Jesús Vargas alerta contra el Servicio González de Sassoferrato 8. El consumidor llevó su auto a ese taller y pagó por adelantado la reparación. Cuando se lo entregaron, el vehículo estaba tan descompuesto como al principio. Lo peor de todo es que cuando volvió a llevar el auto para que cumplieran con la reparación, los señores del Servicio González pretendieron cobrarle nuevamente.

CRASH

Más vale que asegure su automóvil antes de guardarlo en el estacionamiento ubicado en Manuel Contreras 16. Al señor Daniel Baca le averiaron su auto en el propio estacionamiento, donde lo guardaba todas las noches. Ante sus reclamos, accedieron a repararlo, pero el resultado fue desastroso y el carro quedó peor que antes.

CHIN

La irresponsable actitud de la empresa Gas Butano de México no sólo daña el bolsillo de los consumidores, sino —lo que es más grave aun— pone en peligro las vidas de los usuarios. Como otras empresas del ramo, mantiene en circulación tanques en pésimo estado, que desde hace mucho tiempo deberían estar jubilados y, para colmo, se niegan después a recibirlos, a no ser que se les pague una cantidad extra, denuncia la señorita Patricia Cabrera.

ZAZ

No se entusiasme demasiado cuando vea las ofertas que se anuncian en las vitrinas de las tiendas de ropa La Pantera Rosa; según denuncia la señorita Alejandra Hernández, en la sucursal Plaza Satélite de este negocio por cada prenda cobran 100 pesos arriba del precio anunciado en el aparador, alegando que los letreros están equivocados.

VOOOY

También en el interior de la República hay consumidores que saben defender sus derechos. El ingeniero Francisco Balcázar, de Puebla, presentó una queja contra la tienda Taurus Mexicana, ubicada en la calzada Ignacio Zaragoza de esa ciudad, donde compró un extractor que nunca funcionó. A pesar de haber acudido varias veces a reclamar, nunca logró que se lo cambiaran.

Aclaración

Respecto de la nota "Una radio comercial sin publicidad de alcohol y tabaco", publicada en la Revista del Consumidor 58 del mes de diciembre, página 44, en recuadro, el ingeniero Enrique Valero hace varias aclaraciones: donde se afirma que "el 50 por ciento de la población chiapaneca era indígena", debe de decir que "algún porcentaje de la población chiapaneca era indígena".

Asimismo, el nombre correcto de las lenguas indígenas es yuto azteca y tzeltal-tzotzil.

Que no lo apantallen las curas milagrosas

La señora Luz Ma. Beltrán de Ynclan, enfermera del Departamento de Enfermería a nivel nacional en México, D.F. nos refiere un caso de irresponsabilidad médica. Un químico sobrino de ella la convenció de ir a visitar a un médico naturista en "El Grullo", Jalisco (rumbo a Barra de Navidad). Le contó maravillas sobre las curaciones del médico, como quitar la gastritis a base de jugo de col o haber visto con sus propios ojos la curación de una niña con problemas graves en la columna vertebral.

La señora fue al pequeño poblado con la finalidad de que le recetaran un régimen alimenticio de acuerdo a su edad y constitución física.

Relata que: **"En la sala de espera estábamos dos señoras y un matrimonio con una niña de tres años de edad con diagnóstico de leucemia, expedido por el Seguro Social. Yo estaba sentada cerca del consultorio así que escuchaba lo que decía el médico y cuál sería mi sorpresa cuando me percaté que el joven médico nos dió a todas las personas las mismas recomendaciones, inclusive a**

la niña con leucemia, asegurándoles a los padres que la iba a curar y que dejaran el tratamiento del Seguro Social.

"Yo considero esto un crimen, pues además los padres de la niña eran gente de escasos recursos, por lo que no podían internarla como el médico sugería; el internamiento se hace allí mismo, cuesta 700 pesos diarios y las curas consisten en cataplasmas de lodo.

"Se supone que el médico aplica la iridología, es decir por medio del estudio del iris del ojo diagnostica las enfermedades. El problema es que este estudio no está avalado por ninguna institución médica seria, además el joven doctor no tenía título.

"Ojalá y esto pueda servir a los consumidores desprevenidos como yo que van en busca de ayuda médica a lugares no apropiados en vez de utilizar nuestros servicios de seguridad social".

COMITES DE CONSUMIDORES

También en Veracruz

Engendrado en un programa radiofónico, el Comité de Defensa de los Consumidores de Jalapa, Veracruz, está dando sus primeros pasos.

"La idea surgió a partir de una serie de denuncias que día con día se hacían oír por la radio, mediante llamados telefónicos de los consumidores que se quejaban de abusos en distintas tiendas de la ciudad y de las arbitrariedades de los meseros de algunos restaurantes que atendían de manera descortés y cobraban de más. Se decía que en las cuentas sumaban hasta la fecha del calendario", relata jocosamente Rodolfo Amezcua, conductor y productor del programa "Hoy en la mañana".

Por tratarse de un programa de interés social, esta emisión, que se transmite todos los días de 9 a 12 horas por Radio Universidad Veracruzana, se convirtió rápidamente en el centro, no sólo de denuncias, sino también de alternativas para enfrentar las situaciones abusivas.

"No sabíamos de la existencia de ningún comité de consumidores en Jalapa —señala Amezcua— **por lo cual decidimos formar uno, que funciona en la Unidad Educacional de Humanidades los sábados por la mañana. Para apoyar este trabajo destinamos parte de las emisiones de los lunes para platicar acerca del consumo".**

A esta hermosa y progresista ciudad, famosa por su amplia actividad cultural —no en vano se le llama la Atenas de Veracruz— le hacía falta un comité que se enfrentara a los comerciantes abusivos.

Los primeros en impulsar el proyecto fueron Juan López Dávila, Rosalba Espinosa, Dolores González y Rosalba Hernández. Esta última comenta: **"comenzamos a trabajar a principios de 1981 y todavía tenemos muchas dificultades en nuestra tarea porque las violaciones a la ley son tantas que no sabemos por donde comenzar a ponerles freno".**

Actualmente el comité realiza estudios en los dos grandes supermercados de la ciudad: Chedrui y Comercial Mexicana, de reciente instalación, para detectar posibles violaciones.

La lucha que libran estos verdaderos pioneros del anticonsumismo en Jalapa todavía es desigual, pero la certeza de contar con un instrumento de gran potencialidad renueva los ánimos para enfrentar la tarea. Sin embargo los miembros de este comité no fincan en el aire; sabedores de que solos no lograrán todos los objetivos propuestos, hacen un llamado a los jalapeños para que de una u otra forma se integren a la lucha de los consumidores. Los interesados pueden comunicarse al teléfono 8-09-23 o al 7-51-15 de Jalapa.

(Eduardo Astis)

Cobran arbitrariamente

El señor Luis F. Corominas Folch, del Distrito Federal, escribe para relatarnos una reciente experiencia como consumidor de servicios. Resulta que solicitó a las oficinas de "Servicio y Calentadores", con dirección en Patricio Sanz 1351, que deshollinaran un calentador de agua que funciona con gas doméstico.

El operador realizó su trabajo en 30 minutos sin cambiar ninguna pieza ni utilizar materiales, excepto grasa para las válvulas. Como el señor Corominas no estaba en casa, al día siguiente pasó otro empleado de la empresa a cobrar 950 pesos por el servicio. Debido a que el empleado no supo explicarle los conceptos del cobro, llamó a las oficinas de la empresa, donde tampoco le dieron información. Finalmente lo único que obtuvo después de mucho insistir fue una nota como constancia de pago.

RESPUESTA

Recibimos su denuncia y enviamos copia de ésta a la Dirección General de Protección al Consumidor de la Secretaría de Comercio para que intervenga en este asunto.

Su denuncia tiene validez; el prestador de servicio, conforme al artículo 42 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, debe exhibir en su establecimiento y a la vista del público la tarifa de los principales servicios. Además debe tenerla disponible para el público, excepto en el caso de que el servicio, por su misma naturaleza, tenga que ser estipulado convencionalmente. No dar a conocer el importe del trabajo antes de realizarlo viola este señalamiento.

Por su parte el artículo 45 de la propia ley establece la obligación para el proveedor del servicio de expedir comprobante del trabajo efectuado consignado las partes, materiales y refacciones empleadas, el precio de cada una de ellas y el importe de la mano de obra, así como la garantía que se haya otorgado y la forma de hacerla efectiva. Del simple análisis de la nota de remisión se desprende que carece de tales requisitos, que como consumidor debe siempre exigir.

Para VIPS no todos los consumidores son iguales

"El día 7 de noviembre pasado, cuatro personas (hombres) fuimos a Vip's de la calle de Hamburgo en la Zona Rosa; queríamos cenar. Entramos como cualquier cliente al establecimiento, esperamos nuestro turno y se nos asignó mesa. Después de media hora pedimos al jefe de piso se nos atendiera. Para nuestra sorpresa su respuesta fue la siguiente: en esta mesa no se va a dar servicio. Nuestra reacción fue pedir una explicación, a lo que se nos respondió: tenemos órdenes de la gerencia de no dar servicio a gente..., ¿como dicen ustedes?, Gay, ¿no?. Insistimos que fuera más claro pero el reiteró que tenía órdenes de la Gerencia de negar el servicio a homosexuales. Entonces, un compañero dijo que esto no implicaba que nos negaran el servicio. El empleado sin saber bien qué responder dijo: unos tienen que pagar por otros. Después agregó que "por culpa de gente como ustedes se queja la clientela".

Para nosotros este suceso en Vip's representa claramente una acción discriminatoria, reflejo de una mentalidad machista. Tal parece que para este tipo de establecimientos los homosexuales somos personas anormales, es decir desviados de un código de conducta establecido por ellos, según el cual los clientes deben caminar, hablar y mirar de determinada forma. De acuerdo con la gerencia de Vip's una mujer cliente debe por fuerza comportarse delicadamente, permitir que le abran la puerta, que le retiren la silla y, por supuesto, dejar que la insulten con supuestos piropos. En tanto, un hombre cliente debe caminar y mirar como Vicente Fernández.

Las personas que no entran dentro de este esquema son automáticamente discriminadas, como fue nuestro caso.

Lo más indignante de todo, es que esta política de Vip's no va de acuerdo a las leyes mexicanas, ni a la Ley Federal de Protección al Consumidor en cuyo artículo 44, capítulo V, a la letra dice: Los proveedores de servicios que ofrezcan éstos al público en general, no podrán establecer preferencias o discriminación alguna respecto a los solicitantes del servicio, tales como selección de clientela, reserva al derecho de admisión y otras prácticas similares, salvo causas plenamente justificadas en cada caso, que afecten la seguridad o tranquilidad del establecimiento o que se funden en disposiciones expresas de otros ordenamientos.

Atentamente
Carlos Rejón Romero
Grupo Lambda de Liberación Homosexual.

RESPUESTA

Recibimos la carta en que nos expone su reclamación por la descomedida actitud que tuvo hacia usted y un grupo de amigos el personal que atiende el establecimiento "VIP'S", de la Zona Rosa.

Es acertado su comentario respecto a la violación del artículo 44 de la Ley Federal de Protección al Consumidor en que incurrió el gerente del mencionado establecimiento, toda vez que, mientras su estancia en ese lugar no afecte la seguridad o tranquilidad de la clientela, entendiendo tales circunstancias como aquellos actos que atenten contra la moral y el buen comportamiento, están ustedes en derecho de acudir allí y exigir la prestación de los servicios de la negociación en condiciones idénticas al resto de la clientela.

Así, cuando vuelva a sucederle otra situación similar o si, en este caso, desea promover queja formal por lo recientemente ocurrido, le sugerimos que acuda a la Procuraduría Federal del Consumidor, sita en Carmona y Valle No. 5, en la Colonia de los Doctores, para que sea este organismo quien dé cumplimiento y observancia a la Ley.

Rincón Legal

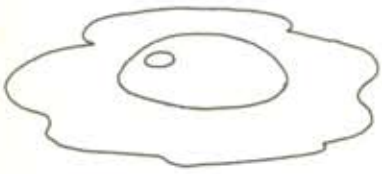
Cuando contrata con una empresa la compraventa en abonos de alguna mercancía, conviniendo pagar sus aportaciones periódicas a través de un cobrador que acude a su domicilio y éste suspende sin ningún aviso sus visitas, usted tiene que presentarse a la empresa para notificar esta situación y averiguar si el empleado no acudirá más a hacer los cobros.

Si así fuera, deberán efectuarse los siguientes pagos en el domicilio de la empresa los días señalados, pero con el respectivo descuento de los gastos por cobranza. De esta manera se evita incurrir en mora o retraso en las obligaciones, situación que muchas veces aprovechan los proveedores para aplicar recargos por demás abusivos que "inflan" la deuda.

En caso de que la empresa no quiera aceptar los pagos o que haya cambiado de domicilio sin previo aviso y usted no sepa a quién pagar, puede acudir a la Procuraduría Federal del Consumidor para denunciar la irregularidad y, en última instancia, depositar allí sus pagos mientras se resuelve el problema.

Esto dijimos, revelamos, descubrimos en 1981

En ocasiones, la actividad constante no nos da tiempo de mirar atrás; parecería que, conforme se suceden las cosas, no hay avances. Sin embargo —y conscientes de la necesidad de recapitular y evaluar el trabajo de todo un año— hemos extraído los datos, recomendaciones y estadísticas que de alguna manera sirven al consumidor y de los que fuimos voceros a lo largo del año que acaba de terminar. A título de resumen, y en la inteligencia de que algunas informaciones quedarán fuera, reproducimos ahora lo más relevante que dimos a conocer en 1981.

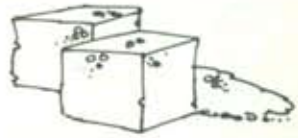


* La proteína del huevo es una de las más baratas pues (a enero de 1981) un gramo de proteína de este producto cuesta 21 centavos, mientras que el gramo de proteína de la leche cuesta 32 centavos y el de la carne 3.33 pesos.

* Cada minuto se producen 4,889 litros de cerveza en México. Esto da como resultado que cada mexicano ingiera un promedio de 38.4 litros anuales de esta bebida.

* Cada año nacen 350 millones de pollos en nuestro país. En 1979 el consumo per cápita de este alimento fue de 4.09 kilos, mientras que la carne de res llegó a 14.4 y la de cerdo a 17.10 kilos por persona.

* 87 de cada 100 hogares del D.F. cuentan con ollas de presión (express). Su uso es recomendable dado el ahorro de tiempo y gas; por ejemplo, para cocer frijoles en una olla abierta se requieren alrededor de 315 minutos y 1,049 gramos de gas; en cambio, en una olla de presión están listos en 75 minutos y con 250 gramos de gas.



* El llamado "consomé de pollo" concentrado tiene apenas entre un 3 y un 9 por ciento de pollo. Cerca del 50 por ciento es sal yodatada y el resto azúcar y saborizantes artificiales.

* En 1979 los fabricantes de bebidas alcohólicas invirtieron 885,981,103 pesos en 24,191 anuncios por televisión.

* Un almuerzo industrializado (refresco embotellado, bolsa de papas y pastelillo) aporta 500 calorías, 14 gramos de proteína y cuesta 10.50 pesos; un almuerzo preparado en casa (agua de frutas, fruta

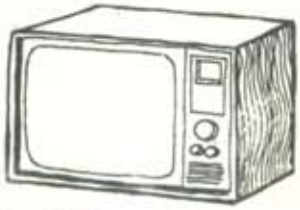
de la estación y torta de frijoles con queso) aporta 550 calorías, 15 gramos de proteína y cuesta 4.60 pesos.

* La leche materna es higiénica, fácil de digerir y la única que inmuniza al bebé contra muchas enfermedades.

* Cada segundo, más de 3 mil pesos ingresan a las cajas registradoras de los 149 establecimientos que existen en Perisur.

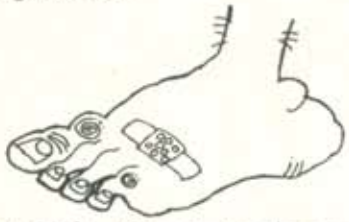
* Un par de zapatos que cuesta alrededor de 975 pesos puede llegar a costar hasta 2,700 por el simple hecho de utilizar el logotipo de una marca famosa.

* Cada niño mexicano consume, en promedio, mayor cantidad de pastelillos industrializados que de huevos.



* En 1980 se destinaron 12 mil millones de pesos a la publicidad en México, y 11,200 millones a la compra de huevo. Tan sólo en el D.F., en un mes, se transmitieron más de 35,200 anuncios televisivos, equivalentes a 306 horas —más de 13 días— de proyección continua.

* En una semana se transmitieron 445 comerciales durante las 29 horas de programación infantil por televisión; de éstas, 226 fueron de comestibles y la mayoría —180— de golosinas.



* Cada año se producen 250 millones de pares de zapatos en México —más de tres pares per cápita—; sin embargo, 10.5 millones de mexicanos andan descalzos habitualmente.

* La mitad de las familias encuestadas por el INCO apuntó que cada dos meses compra calzado.

* Tan sólo en el D.F. cada día se consumen 17 mil hamburguesas, aun cuando la calidad de estos productos deja mucho que desear.

* Los gastos de mantenimiento de un perro grande (pastor alemán, doberman, etc.) rebasan los 10 mil pesos al año.

* Ha sido tal la influencia de personajes como "Kitty", que mientras una caja con 12 crayolas cuesta 14 pesos, se vende a 195 si tiene la imagen de Kitty; y mientras un cepillo de dientes común cuesta 39 pesos, si cuenta con esta figura tiene un precio de 190 pesos.

* Actualmente cada vehículo en el D.F. dispone apenas de 120 metros cuadrados para circular. De seguir así, se estima que en el año 2000 el espacio se reducirá a 20 metros cuadrados por automóvil.

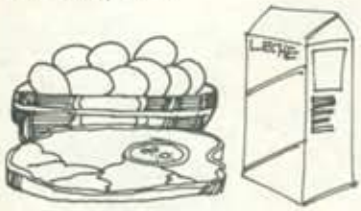
* Con lo que cuesta la tonelada de un automóvil de lujo (más de 320 mil pesos), se podrían adquirir casi 18 toneladas de frijol, suficientes para satisfacer las demandas de 260 familias durante un año.

* EL 84.8 por ciento de los consumidores elige la marca de pasta dental motivado por el sabor, y el 98.7 por ciento considera que este producto es necesario para el buen lavado de los dientes pese a ser —esto último— una idea equivocada.

* Cada año se producen más de 700 mil toneladas de plástico, de las cuales se desecha el 40 por ciento.

* En 1980 viajaron cerca de 140 mil mexicanos a Houston, la mayoría con la intención de hacer compras o someterse a tratamientos médicos.

* Una comparación de la Subdirección Técnica detectó que mientras un aparato requiere un gasto de 3 centavos en energía eléctrica para funcionar mil horas, con pilas requiere un gasto de 97 pesos. Otros aparatos, que funcionan mil horas con 2.10 pesos de electricidad, gastan pilas por un total de 1,330 pesos.

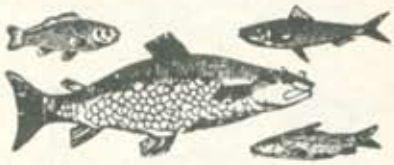


* 13 millones de mexicanos no tienen acceso a la carne, 14 millones no comen huevo y 25 millones casi nunca toman leche.

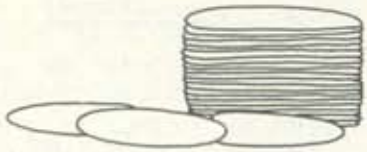
* El 90 por ciento de la industria refresquera en México es trasnacional. En 1979, los fabricantes de refrescos invirtieron tan sólo en publicidad por televisión en el D.F. un total de 90 millones de pesos para difundir 3,699 anuncios. En ese mismo año en México se produjeron 4,608 millones de litros de refresco y 1,536 millones de litros de leche pasteurizada.

* La comida de un día para un niño de seis meses cuesta —con alimentos industrializados— alrededor de 61.13 pesos, mientras que con alimentos naturales sale en 28.05 pesos.

* La sofisticación en los juguetes ha propiciado que un simple globo —con influencias "galácticas"— cueste lo mismo que seis litros de leche pasteurizada.



* Quien compra una lata de sardinas paga 4.50 pesos por la lata y 50 centavos por las sardinas.

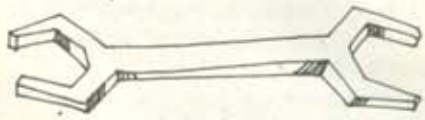


* Mientras que un paquete con 35 tortillas de harina cuesta 27.90 pesos, las mismas 35 tortillas, hechas en casa, salen a 14.30 pesos.

* El 38 por ciento de los consumidores efectúa compras en el área cercana a las cajas de los supermercados, la mayoría de ellos sin haberlas planeado. Además, el 64 por ciento de quienes van a los supermercados gastan más de lo programado y el 51 por ciento realiza compras de último momento.

* En México se producen anualmente 25 millones de toneladas de cereales industrializados de bajísimo valor alimenticio, mientras que cerca de 35 millones de compatriotas padecen desnutrición y subalimentación.

* Pese a que el 87 por ciento de los consumidores los considera chocolate, en realidad los saborizantes de chocolate en polvo no lo contienen. Del 55 al 79 por ciento de estos productos es azúcar.



* Tan sólo en el D.F., los automovilistas pagan mensualmente entre 577 y 1,082 millones de pesos de más debido al abuso de los talleres automotrices.

* En promedio, cada mexicano consume apenas unos 12 kilos de papa al año, pese a ser éste un buen alimento en su estado natural.

* Cada año se utilizan cerca de 2 mil toneladas de material plástico (derivado del petróleo) en la fabricación de bolígrafos, plumines y marcadores, muchos de ellos desechables.

* El 38 por ciento del pan de barra que compran los mexicanos en la frontera lo adquieren en Estados Unidos, así como el 54 por ciento de la ropa para mujer y el 48 por ciento de los artículos eléctricos.

* Una investigación de la Dirección General de Normas Comerciales descubrió que sólo el 50 por ciento de las carnes frías y embutidos analizados cumple con lo expresado en su etiqueta o con lo dispuesto en la Norma Oficial Mexicana.

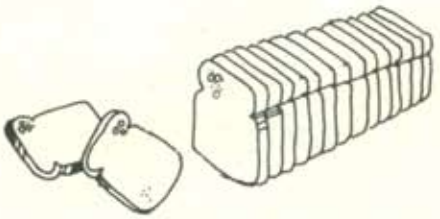
* El 90 por ciento de los niños mexicanos menores de seis años consumen carne, leche y huevo sólo una vez por semana.

* La limonada hecha en casa cuesta 82 centavos el litro, la naranjada 5 pesos y el agua de jamaica 4.80; mientras que la limonada, naranjada y agua de jamaica industrializadas cuestan, respectivamente, 4.39, 8.15 y 9.16 pesos el litro.

* El excedente que pagan los consumidores del D.F. por reparaciones mal hechas en licuadoras asciende a casi 200 millones de pesos al año.

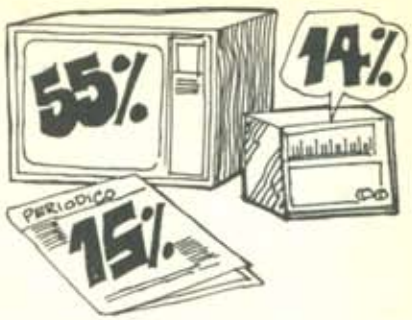
* En casi seis años de existencia de la Procuraduría Federal del Consumidor se han atendido más de 18 mil quejas contra prestadores de servicios médicos.

* El 100 por ciento de una muestra de talleres de televisores investigada por el INCO presentó diagnósticos "inflados" y fallas inexistentes. Aproximadamente, los consumidores del D.F. desembólsan un total de 495 millones de pesos al año para pagar los abusos de estos talleres.



* 500 gramos de pan de caja industrializado cuestan 10.28 pesos; la misma cantidad de pan de caja preparada en casa cuesta 6.51 y medio kilo de bolillo se compra con 3.57 pesos.

* 12 de las 15 agencias de publicidad más importantes de México son filiales o sucursales de compañías transnacionales. En 1980 la publicidad absorbió un total de 12 mil millones de pesos.



* El 55 por ciento de los comerciales televisivos en la zona fronteriza corresponde a productos o servicios estadounidenses, así como el 14 por ciento de los anuncios por radio y el 15 por ciento en periódicos.

* Industrialmente hablando, la producción anual de juguetes tiene un costo de 3 mil millones de pesos.

* Un litro de leche pasteurizada cuesta 11.20 pesos, mientras que un litro de cerveza cuesta 43.07 pesos y la misma cantidad de refresco en lata 25.35 pesos.

* Una tonelada de papas fritas industrializadas cuesta 325 mil pesos; la misma cantidad de pastelillos industrializados cuesta 100 mil pesos, 45 mil pesos la tonelada de papa fresca y 7,142 la de bolillo.

TACLE A LOS CONSUMIDORES

La moda del futbol americano

En esto de ir adoptando costumbres norteamericanas parece que nadie nos gana. Ahora son toda una serie de artículos que cuestan más por el solo hecho de tener el escudo y los colores de un equipo estadounidense de futbol americano.

Han quedado atrás los aficionados que orgullosos portaban el escudo o la camiseta de las "chivas", los "potros" o los "pumas". Ahora, la moda exige llaveros, charolas y hasta mamelucos de los "rams", los "raiders" o los "cowboys"; hecho que no sólo desvía nuestras costumbres nacionales, sino que nos hace gastar de más.

Con su gorra de los Cargueros de San Diego, sus "pants" de los Vikingos de Minnesota, sus calcetas de Los Delfines de Miami y sus tenis de los Vaqueros de Dallas, Panchito se detiene un momento a consultar su reloj de los Carneros de los Angeles antes de entrar a comprar un helado doble de chocolate envasado en un pequeño casco de los Petroleros de Houston.

Cualquiera pensaria que se trata de una escena cotidiana en Los Angeles, Nueva York o cualquier otra ciudad estadounidense; pero no, es un episodio cada vez más frecuente en la ciudad de México. Y no sólo sucede con pants, tenis o relojes. Una amplia gama en la que se ubican calcomanias, posters, lápices, boligrafos, anillos y muchos productos más, conforma esta moda.

Nadie seria capaz de poner en duda el arraigo del futbol soccer en nuestro pais. Pero que no intenten hacernos creer que el futbol americano es un deporte nacional. Porque eso parece querer demostrarnos las grandes cadenas de supermercados como Aurrerá, Gigante y Comercial Mexicana que han tenido la singular ocurrencia de instalar en sus tiendas secciones dedicadas a la venta de toda clase de articulos con emblemas de equipos —por supuesto, estadounidenses— de futbol americano.

Y es que en este caso se juntan dos prácticas de consumo criticables: las modas importadas y los añadidos superfluos que encarecen los productos.

En el siguiente cuadro comparamos los precios de algunos articulos de los que se venden con emblemas de equipos de futbol americano, con el precio de articulos del mismo tipo y similar calidad, pero sin escuditos o cascos estampados.

	EMBLEMA	
	CON	SIN
Llaveros	34.90	29.90
Charolas	245.00	129.00
Gorras	84.00	70.00
Mamelucos bebé	349.00	199.00
Cartas de juego	89.90	74.90
Toallas chicas	77.50	74.50
Calcetas	67.00	54.50
Parches	23.90	18.90
Playera niño	99.90	89.90
Sueter niño	464.00	269.00
Sueter adulto	479.00	389.00
Short	329.00	179.00

Información: Elvia J. Ochoa

LA GASOLINA NO ES PETROLEO

No deje que

el auto devore su presupuesto

Pareciera a veces que, como somos ricos en petróleo, podemos darnos el lujo de despilfarrar gasolina a manos llenas. Pero ni el petróleo es renovable ni la gasolina inúnda las capas subterráneas. Por el contrario, obtenerla supone un proceso que demanda tiempo, trabajo y capacidad instalada... o sea, costos más altos. Cada propietario de automóvil contribuye diariamente a esta sangría que arrastra las ganancias del petróleo. Si usted es uno de ellos dispóngase a ahorrar combustible. Su economía y la del país se lo retribuirán con creces.

A las 11 de la mañana Arturo Dianez, un técnico industrial que acababa de regresar al país luego de un año de estudios en el extranjero, estacionó en la gasolinera más próxima y pidió que le llenaran el tanque de su carro.No habían pasado más de tres minutos cuando el coche, su propietario y todo aquel que pisara el lugar chapoteaban en un lago de gasolina. ¿Qué había pasado? El automático no funcionaba, la manguera quedó en el tanque y el combustible, libre y abundante, se derramaba sin control alguno frente a la impavidez de todos. En verdad, de todos menos de Dianez, recién llegado de un país donde la gasolina —cuatro veces más cara que aquí— era objeto del más cuidadoso de los ahorros. Pero su asombro tuvo rápida respuesta: "Pues ¿qué le hace? Si nadamos en petróleo... ¿o no sabes que tenemos 200 mil millones de barriles de reserva..?"

Y bien... si somos mínimamente francos sólo puede asombrarse alguien que viene de afuera, porque aquí en esa cuestión somos todos pecadores... ¿Sabe usted cuánta gasolina desperdiciamos?: ni más ni menos que la misma cantidad que ciertos países producen en un año. Y es que nadie se preocupa demasiado por ahorrarla; parecería que eso de que "somos los reyes del petróleo" se ha metido muy adentro de cada uno de nosotros.

Del subsuelo a su tanque

Es cierto que México tiene grandes reservas petroleras; también lo es, y no reviste menor importancia, que se trata de un recurso no renovable, que un día se agotará. De ahí que el Plan Mundial de Energía enfatice hasta el cansancio la necesidad de racionalizar el consumo y que los entendidos recomienden que se lo limite utilizando estos recursos para generar actividades y empleos productivos y permanentes. En su último informe de gobierno decía el Presidente López Portillo: **"Nuestro índice de consumo de energía crece a mayor ritmo que el del producto bruto interno. Se impone, en consecuencia, la racionalización del consumo como un objetivo prioritario a seguir en los próximos años".**

Pero además, en el caso de la gasolina, la situación es aún más compleja. Como es sabido, la gasolina es un **derivado** de petróleo: para obtenerla se requiere un complicado proceso de refinación que explica que su precio y el de las kerosinas sean los más altos en el mercado internacional. En otras palabras: del subsuelo a la gasolinera es mucho lo que hay que andar, y tener petróleo, condición básica para contar con gasolina, no basta para disponer de ella. Los expertos estiman que si se quiere cubrir la creciente demanda interna de este combustible, la ampliación de la capacidad instalada de refinación demandará construir en esta década cinco plantas equivalentes en tamaño a la refinería de Minatitlán, la más grande del país.

"El bajo precio de la gasolina en México ha fomentado un consumo exagerado e irracional y ha ocasionado la descapitalización de las empresas del sector público responsable de suministrarla", afirma un alto funcionamiento consultado por **Revista del Consumidor.** Y es que los precios vigentes en nuetro país siguien estando entre los más bajos del mundo (en EUA el litro de gasolina cuesta 8.58 pesos, en Japón 14.26 y en la URSS 18.06 pesos) y mantienen una gran distancia con los precios internacionales; esto obliga a subsidiar permanentemente la producción, con las consiguientes erogaciones y perjuicios. En este contexto, el despilfarro de gasolina ejercido por la industria y por los casi cuatro millones de propietarios de automóvil, se transforma en un elemento que no sólo atenta contra el bolsillo del consumidor, sino que dificulta nuestro desarrollo. Como ejemplo, este cálculo: un ahorro del 10 por ciento en el consumo de productos petroleros representaría para el país ahorrar 40 mil millones de pesos anualmente.

Cuando ahorrar es un deber

¿Sabe usted cuánta gasolina consumimos? Tan sólo los automóviles —y hay uno cada 17 habitantes— se llevan 18,033 millones de litros al año. O sea que en este lapso, cada carro consume unos 4,500 litros y recorre alrededor de 27 mil kilómetros. Las ventas de gasolina aumentaron —en miles de barriles diarios— de 204.5 en 1976 a 345.7 en el año actual. Las cifras, que no resisten la comparación con el consumo que se registra incluso en países

COMO HACER PARA QUE SU CARRO ECONOMICE GASOLINA

Tanto en el mantenimiento del automóvil como en su manejo uno suele cometer una serie de descuidos por los cuales se cuela la gasolina. En muchas ocasiones no damos importancia a estos "deslices" sin darnos cuenta que, sumados, se convierten en un despilfarro endémico; para comprobarlo no hay sino que tomar lápiz y papel y hacer algunos cálculos. Lo más probable es que luego, si queremos ahorrar, sigamos "a pie juntillas" estas recomendaciones:

En el mantenimiento:

• **Mantenga la afinación correcta:** si lo hace cada tres o seis meses o cuando haya recorrido entre cinco y diez mil kilómetros, su carro ahorrará hasta el 20 por ciento de gasolina.

• **Cuide la lubricación:** siga cuidadosamente las instrucciones del "manual del propietario" y no olvide el cambio de aceite.

• **Verifique regularmente el ahogador automático:** como es el que regula la mezcla aire-gasolina durante el arranque y el calentamiento, su operación incorrecta produce pérdida de combustible.

• **No use sustitutos del tapón del tanque de gasolina:** ni tapaderas de frascos, estopa u otra improvisación evitarán la evaporación de la gasolina. Use el tapón correspondiente.

• **Cuide la presión de inflado de las llantas:** la falta de presión disminuye la potencia del carro, acelera el desgaste de las llantas y desperdicia gasolina.

• **Verifique la alineación de las ruedas delanteras:** no sólo evitará accidentes sino que gastará menos combustible.

• **No espere a vaciar el tanque para llenarlo:** un tanque lleno o semilleno evita la evaporación.

En el manejo:

• **No "caliente" el motor:** arranque inmediatamente del encendido y maneje moderadamente hasta que el motor alcance la temperatura normal de operación.

• **No bombee el pedal del acelerador antes de arrancar:** cada opresión a fondo al iniciar la marcha gasta 0,70 km/l.

• **Evite los arranques rápidos y las frenadas bruscas:** ambas maniobras, además de afectar al motor, consumen inútilmente combustible.

• **No mantenga el motor encendido con el vehículo detenido:** apague el motor si debe esperar más de dos minutos.

• **Evite las altas velocidades:** cada ocho kilómetros de aumento de velocidad por encima de los 80 km/h se pierde 0,70 km/l de gasolina.

• **No haga cambios innecesarios de velocidad:** consumirá menos combustible si mantiene una posición fija del pedal y una velocidad constante.

• **No "lleve a paseo" bultos innecesarios:** mantenga su carro tan ligero como sea posible y gastará menos.

• **Si maneja un carro con transmisión automática:** no apoye el pie izquierdo sobre el pedal del freno cuando el auto está en marcha.

industrializados, son elocuentes indicadores de nuestra capacidad de despilfarro. Es el Distrito Federal quien se lleva las palmas. Con más de dos millones de automóviles —que serán tres en 1990— acapara el 30 por ciento de la producción nacional de gasolina. Y aunque en el centro de la ciudad la velocidad promedio sea de 20 kilómetros por hora —que se reducen a cuatro en determinados sectores— los automovilistas capitalinos insisten en usar el carro hasta allí donde no es recomendable, gastando tiempo, energías, tranquilidad... y combustible.

La base de la plataforma de explotación de hidrocarburos de nuestro país, reside en el uso racional y progresivo de un recurso para facilitar y proporcionar el crecimiento de otros. Si el ahorro de gasolina ocupa en este aspecto un lugar privilegiado ¿cómo hacerlo una realidad? No se trata de nada demasiado complicado, pero, como siempre, todo empieza por ser concientes del problema y de la necesidad de resolverlo. En este caso, resulta mucho más simple porque tiene que ver con cada uno de nosotros, con el uso que hacemos del automóvil, con los criterios con que se lo elige, con la preocupación por su adecuado mantenimiento. Y, por supuesto, el cuidado en el gasto individual va de la mano con una determinada responsabilidad social. Los sectores de la población que tienen la posibilidad de poseer un automóvil no pueden sino evitar un despilfarro cuyas consecuencias sufre la mayoría de los compatriotas que ni tienen carro ni alcanzan siempre los mínimos niveles de una subsistencia digna. Y si usted está entre los que —según un anuncio de moda— "puede darse el lujo de elegir" no hay duda que se encontrará entre aquéllos que con más razón aún tienen la obligación de ahorrar gasolina...

Las formas en que se reduce o elimina el desperdicio de combustible son muchas. Un carro chico gasta mucho menos que uno grande: mientras un litro de gasolina alcanza en un automóvil de cuatro cilindros para recorrer unos nueve kilómetros en la ciudad, si se trata de un automóvil de ocho cilindros el rendimiento se reduce a la mitad. Del mismo modo, no siempre usar el carro es lo mejor: ni para ir a la tienda que está a tres cuadras, ni para hundirse en el laberinto del centro es necesario. Y si además de cuidar su automóvil como corresponde (ver recuadro) usted lo utiliza colectivamente con quienes hacen itinerarios similares y le da sus días semanales de descanso, no sólo saldrá beneficiado su presupuesto: contribuirá a que el derroche de gasolina no se lleve las ganancias del petróleo.

[Información: INCO - PEMEX]

Una guerra silenciosa y sin fronteras

Desde hace ya varios meses los españoles sufren las graves consecuencias de una intoxicación provocada por la ingestión de aceite adulterado que aún hoy cobra víctimas. ¿Cómo pudo suceder una tragedia de tal magnitud? La Revista del Consumidor solicitó y obtuvo las notas que sobre el tema fueron enviadas de España y que se publican en esta edición. En este caso se trató de un fraude con claros objetivos comerciales; de uno de esos fraudes que, afortunadamente, no ocurren todos los días. Sin embargo, maniobras como ésta no son sino uno de los extremos de un fenómeno mucho más general en el mundo de nuestro tiempo: la desnaturalización de los alimentos, ya sea por contaminación o por alteración intencional. Tomar leche impregnada de antibióticos o comer una ensalada rociada con plaguicidas parecen querer convertirse en uno de los riesgos de esta época. Que sea así o no depende ni más ni menos que de la reacción que opongan autoridades y consumidores. ¿Y cómo andamos por México en la cuestión de los comestibles desnaturalizados? De acuerdo con nuestra investigación, la contaminación bacteriológica sigue siendo el más enconado contrincante.

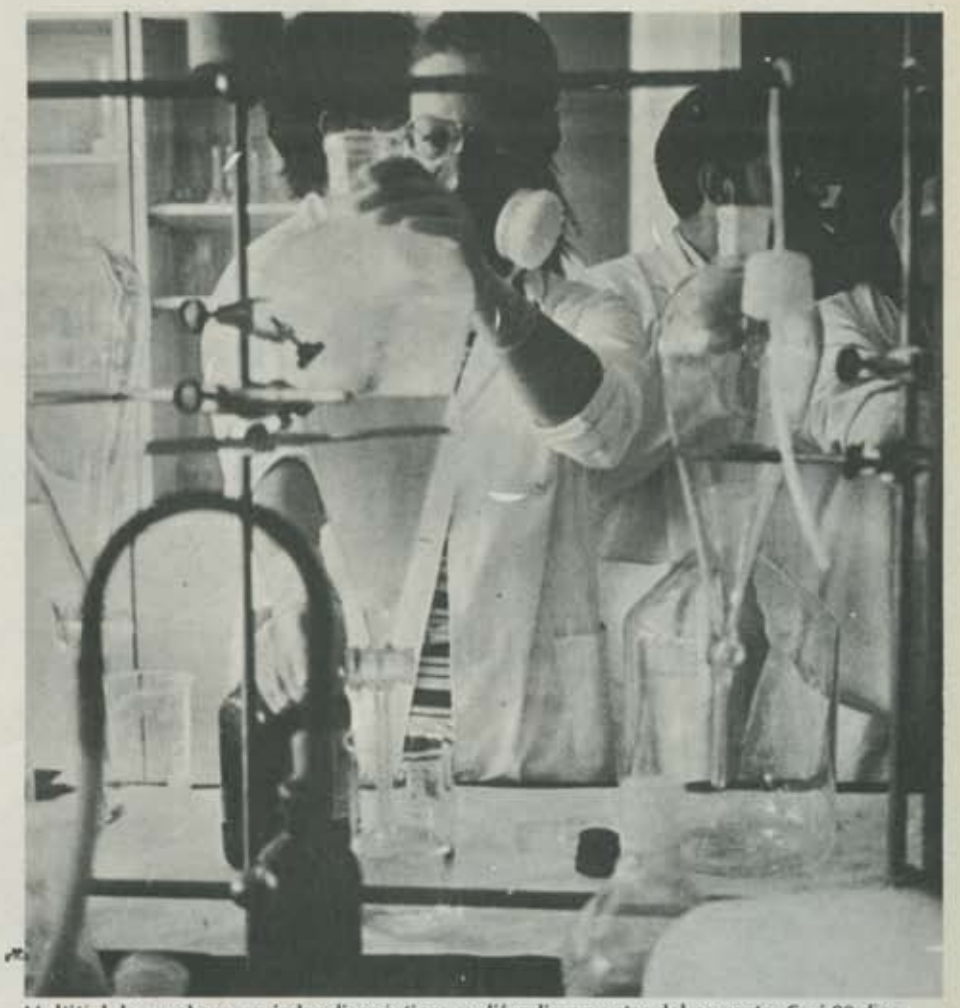
INTOXICACION EN ESPAÑA 1

La trágica historia comenzó el 1o. de mayo del año anterior. En Torrejón de Ardoz, localidad situada a 19 kilómetros de Madrid, murió un niño de ocho años: Jaime Vaquero García. Además, cinco víctimas de lo que en ese momento se consideró una epidemia. Un aluvión de enfermos comenzó a ser internado en las residencias sanitarias. La alarma fue general. ¿Cuál era el mal? ¿Qué lo causaba?

El doctor Fernández Turégano, ex jefe provincial de Sanidad de Madrid, doce días después del primer caso, declaró: **"Se trata de una enfermedad contagiosa"**, y bautizaron la enfermedad con el nombre de "neumonia atipica". También especulaban con una posibilidad: tal vez se tratase del germen **legionella** (o mal del legionario) detectado en los Estados Unidos hace varios años.

El temor de la población aumentaba. Nadie lograba detectar el verdadero origen. El ministro de Sanidad, Jesús Sancho Roff, aseguró que se trataba del **micoplama neumoniae,** y dijo más aún: **"Se sabe cuál es el agente que produce el brote: Se conoce su nombre, pero no su apellido"** Ya habian pasado 21 días desde que muriese aquel primer niño de ocho años. Los afectados se contaban por miles. El mal llegaba a la mitad de las provincias españolas. Para colmo de infortunios y desaciertos, el ministro de sanidad hizo esta declaración que le valió la burla de medio país: **"El causante de la enfermedad es un bichito tan débil que si se cae al suelo se rompe".**

Apenas el día 22 de julio, cuando ya habian muerto 46 personas y el total de ingresados era de 8,258, se anunció que se trataba de una intoxicación masiva por ingestión de aceite de colza, desnaturalizado con anilinas y otros agregados químicos. Lo había descubierto el doctor Juan Casado del madrileño Hospital del Niño Jesús. **"Es que el único producto que se hallaba en la dieta de todos los enfermos era ese tipo de aceite"**, dijo el doctor Casado. Habian transcurrido 40 días sin que nadie investigase los alimentos de los enfermos.



Multitud de pruebas y variados diagnósticos se difundieron antes del correcto. Casi 90 días después de la muerte de la primera víctima los análisis descubrieron la responsabilidad del aceite adulterado.

Un aceite letal

Lo triste de toda la historia es que la Unión del Olivar Español, de Jaén, había advertido tiempo atrás al ministro de Agricultura que existía un vasto negocio clandestino de venta de aceite en garrafas. Y de ese modo llegó el aceite mortal a los hogares. Vendedores ambulantes lo ofrecían en recipientes sin etiqueta en los barrios más pobres como aceite de oliva. El precio era hasta un 30 por ciento menor al de un aceite de marca. El 80 por ciento de los afectados es de condición social baja.

Los ciudadanos seguían muriendo. La enfermedad mostraba una sintomatología clara: inicialmente, el órgano más afectado es el pulmón, posteriormente se encuentran afecciones musculares, hepáticas y vasculares con cuadros de hipertensión muscular. Mientras se iniciaban las investigaciones para detectar la red que ingresaba al país este aceite adulterado y lo distribuía clandestinamente, se alzaron las voces de protesta de los consumidores y de la oposición. Se formaron numerosas

A pesar de que ya existian denuncias sobre la comercialización clandestina de aceite, la venta ambulante, en especial en los barrios más pobres, continuó siendo una forma habitual de suministro. Hoy ya no sabe hasta donde llegó la adulteración.

comisiones de afectados. Pilar Grafa López, de 32 años, repuesta de su grave enfermedad, clamaba: **"Si esos señores, en lugar de echarle tanto veneno al aceite, le echan menos cantidad, nosotros seguiriamos comprando y muriéndonos lentamente sin que nadie supiese de qué nos moriamos. Esto nos pasa por pobres".**

Aún a finales de agosto de 1981, la Organización Mundial de la Salud se reservaba su opinión sobre la enfermedad mientras el gobierno se veia obligado, por esas fechas, a crear una secretaria de estado para el Consumo presidida por José Martínez Ganique, un ex ministro del gobierno de Adolfo Suárez. Porque a esa altura la oposición pedia a gritos un debate parlamentario para establecer las responsabilidades de quienes habian permitido que sucediese la tragedia. Cinco ministerios tenian responsabilidad en el caso: desde Sanidad hasta Agricultura, pasando por Hacienda, Economía y Comercio.

Finalmente se detectó que el aceite de colza —inofensivo y muy nutritivo si se consume en forma natural— habia sido importado de Francia por la empresa **Rapsa** para usos industriales y distribuido por la empresa **Raelca** para consumo humano. El aceite habia sido mezclado con grasas animales inutilizadas mediante un producto altamente tóxico llamado **nitrobenceno.** El gobierno logró localizar 110 toneladas de aceite desnaturalizado que habian entrado por la frontera de Irún.

El mal que no cesa

El episodio, al margen del altisimo costo social, ponia de manifiesto la falta de coordinación con la que actúa el gobierno español en materia de consumo. Porque no se trata solamente de esta intoxicación. Una enorme parte de la estructura alimentaria española está precisamente "desnaturalizada" y los controles no resultan efectivos.

El doctor en medicina, licenciado en veterinaria y profesor de farmacología, Mario Alfonso Sanjuán, hacia el siguiente resumen del panorama alimentario español: **"Hay personas que se asombran de que todo el marisco tenga ácido bórico y boratos; el vino mercurio, cloropicrina y sales de plomo; que el jamón de York sea de patatas y celulosa; que en el queso se paseen las brucellas; que seamos el vertedero radiactivo de Europa; que de un muestreo de 3,000 alimentos, 300 sean tóxicos; que el whisky de cabaret tenga hasta alcohol metílico; que el 20 por ciento de los quesos de Madrid, que el 10 por ciento de los vinos y el 6 por ciento de los panes estén contaminados; que los animales enfermos sean sacrificados en mataderos clandestinos y se vendan como carne de primera; que haya nitritos en los embutidos; que se venda carne putrefacta como hamburguesas y pescado con mercurio; que aparezca el rarisimo botulismo en España; que las fiestas de bodas terminen en el WC con enterocolitis; que la leche materna contenga DDT; que las bebidas para ex alcohólicos contengan alcohol; que el 20 por ciento de los aceites de Vizcaya sean tóxicos; que el persulfato amónico y bromatos estén en el pan; que el pescado congelado tenga tetraciclinas; que en el foie grass haya hexaclorobenceno, lindano, aldrin, DDT y Dieldrin. Más de 200 sustancias químicas se han encontrado en el aceite, por lo cual es**

La desnaturalización de alimentos

completamente lógico que un día empezasen a morir españoles como moscas. Pero esto no es motivo para preocuparse o asombrarse ya que desde hace muchísimos años ocurrían estas muertes, sólo que con menos espectacularidad" Trágico, pero real.

Y mientras en Madrid se realizaba la mayor manifestación no política de los últimos tiempos —100,000 personas contra los culpables de la intoxicación—, saltó la noticia que llevaba la situación al colmo: un par de miles de personas se intoxicaban con mejillones que no habían sido depurados. Síntomas: diarreas, vómitos y malestar general. Y un millón y medio de personas relacionadas con la industria mejillonera terminaban cruzadas de brazos, en paro, mientras la administración trataba de lavarse las manos.

Finalmente, a mediados de octubre, el Parlamento Europeo se puso en alerta y se pidió que la Comunidad Económica Europea adoptase medidas de urgencia para retirar del mercado "cualquier producto considerado como peligroso". Los franceses suspendieron durante tres meses las importaciones y distribución de cualquier producto español que contuviera aceite. Los italianos, más tajantes, bloquearon los productos alimenticios hispanos. Mientras tanto, el consumidor español debe consultar una lista de casi 30 marcas de aceite antes de echar el alimento en la sartén porque el gobierno ha advertido sobre esas marcas como sumamente peligrosas.

Cuando se cumplían cinco meses y medio del primer caso, la cifra de muertos se elevaba a 160. Los afectados detectados eran más de 13mil y se mantenían internadas un millar de personas. Es el mal que no cesa. Nadie ha encontrado aún un antídoto. Apenas fueron encarceladas una media docena de personas y procesadas una veintena de responsables de esta catástrofe. Y lo que es peor aún: a principios de octubre de 1981, en Madrid todavía existían vendedores ambulantes que ofrecían garrafas con aceite tóxico.

Al principio se creyó que se trataba de una enfermedad contagiosa y a partir de la sintomatología y de algunos efectos se la denominó "neumonía atípica". Fue antes de que se investigaran los comestibles.

INTOXICACION EN ESPAÑA 2

La tragedia nacional desencadenada en España por el aceite tóxico tiene aún consecuencias imprevisibles. Ningún médico es capaz de asegurar que una persona que lo haya ingerido y que aún cinco meses después no presente síntomas de enfermedad, no puede resultar afectada en el futuro. Como es sabido, la causa reside en el aceite de colza desnaturalizado, importado para uso industrial y al que se había agregado una anilina azul-verdosa para que pareciera aceite de oliva.

Pese al tiempo transcurrido, todavía no se ha encontrado nada que ponga remedio a lo que ahora se denomina **síndrome tóxico.** Las autoridades sanitarias insisten en que aún no se ha podido determinar con exactitud el tóxico, por lo cual no se puede encontrar un antídoto, pero el Colegio de Químicos sostiene que el tóxico es el que se había determinado desde el primer momento; es decir, la **anilida.** La anilida es la resultante de la mezcla de la anilina con los ácidos grasos del aceite. Al pasar por el proceso de refinado, a altas temperaturas, la anilida ha acrecentado su poder tóxico al crecer los átomos de carbono que contiene.

Al parecer, la anilida se instala en el sistema linfático y, al no ser hidrosoluble, el organismo retiene el tóxico, no lo puede eliminar. Esta circunstancia es la que hace temer por el futuro de las embarazadas, contrariamente a lo que sostienen las autoridades, quienes manifiestan que no hay secuelas para los hijos cuando es imposible que no llegue a ellos a través del cordón umbilical. No hay que olvidar que en España está prohibido el aborto, incluido el terapéutico.

Los alimentos y el fraude

Pero, además, el escándalo tuvo una clara secuela política al dejar en evidencia los fallos administrativos que permitieron el fraude mortal y demostraron que, en el tema del control de los alimentos, intervienen muchos, pero controlan pocos, o casi ninguno. El caos administrativo,

En España cualquier mercadillo ofrece aceite en todas sus variantes y son muchos quienes eligen el que se vende en garrafas. Aquí se alojó la fatal anilina **resultante del procesamiento de un aceite para uso industrial vendido como comestible.**

por lo menos hasta la fecha, es casi de ciencia-ficción y, para colmo, los diversos ministerios y direcciones generales se echan las culpas entre sí, y tratan de hurtarse competencias mutuamente.

La historia alimentaria española está lo suficientemente plagada de hechos graves como para que se hubiera puesto remedio a la situación hace mucho tiempo. Los fraudes son, más que conocidos, casi tradicionales.

El pan, depositario de toda clase de aditivos, esconde un doble peligro: para los consumidores, pero también para los trabajadores del sector. El persulfato que se emplea en su elaboración produce eczemas y, al eliminar el contenido cálcico del pan, provoca raquitismo.

La carne es un tema que ha ocupado muchas veces la atención no sólo de los españoles sino de gran parte de los europeos. En casi toda Europa se prefiere la carne blanca a la roja, la ternera al vacuno. Solución, inyectar hormonas al animal o incorporarlas a los piensos. En 1980 el escándalo alcanzó tales proporciones en Francia que la Unión Federal de Consumidores lanzó la consig-

REVISTA DEL CONSUMIDOR 59/enero 1982

na de no comprar carne de ternera. En pocos días, más de 250 mil kilos se pudrieron en los mostradores de las carnicerías en una demostración más de que la verdadera fuerza está ante todo en los movimientos de consumidores, la mejor defensa.

Como si eso fuera poco, en España proliferan los mataderos clandestinos que comercian con reses muertas por enfermedad.

Los mariscos, uno de los orgullos ibéricos, son una suerte de tentación al suicidio. Se ha denunciado en numerosas ocasiones la presencia de mercurio y ácido bórico en ellos, como también en los pescados, para permitir su conservación por más tiempo. Pero ni siquiera consumirlos **in situ** garantiza nada ya que, como ocurrió la última semana de septiembre de 1981, no hay demasiado cuidado en las plantas depuradoras. Todos los productos de mar que tienen conchas encierran una verdadera amenaza. Esta vez fueron los mejillones, pero también los ostiones y las almejas tienen las mismas características, fundamentalmente, por su capacidad de retención de líquidos que hace que si han estado en contacto con aguas contaminadas, conserven las bacterias.

Es sabido que por su capacidad para retener líquido los mejillones y otros mariscos son riesgosos. Cuando no se cumplen los imprescindibles pasos sanitarios las consecuencias pueden ser, como en España 1981, una intoxicación que afectó a miles de personas.

Las adiciones peligrosas

Tampoco es desconocido para nadie un fraude habitual, el de las mezclas del aceite de oliva, que si bien no afecta el organismo, sí ataca al bolsillo. Pocos de los aceites que se venden como de oliva puro lo son realmente, aunque lo probable es que tengan menos del 50 por ciento de éste, al que se le añade un aceite de semilla, mucho más barato, y orujo.

La manga ancha en materia de control de los productos alimentarios favorece asimismo que se venda como **paté de foie** una vulgar pasta de carne que en el mejor de los casos es de cerdo.

En el terreno de las bebidas, se ha instaurado el reino de Jauja. Los supuestos zumos de frutas apenas tienen un vago recuerdo de pulpa de desecho, mucha azúcar y vaya uno a saber qué colorantes. Proliferan también las bebidas "que cuidan la línea" reemplazando el azúcar por edulcorantes. Aunque todavía no está dirimida la polémica entre los médicos acerca de las propiedades cancerígenas de los ciclamatos, la Organización Mundial de la Salud ha dictaminado que la dosis máxima diaria de estas bebidas para un adulto es de un botellín. En el campo del fraude líquido, la Federación de Alcohólicos Rehabilitados de España denunció publicamente que toda una gama de bebidas promocionadas como sin alcohol —como algunas marcas de cervezas o aperitivos— tienen una cantidad, aunque sea pequeña, de etanol.

Y como si no fuera suficiente con las propias desgracias, los últimos cinco años España se ha convertido en campo de invasión de las cadenas norteamericanas de hamburguesas. Claro que cambiar los hábitos de comida del español no es tan fácil y, por el momento, los mayores adictos son los adolescentes que encuentran en estos locales un lugar de reunión donde, además, pueden comer algo a precio relativamente económico. Pero en este caso la economía puede provocar auténticos desenfrenos. Por lo menos así lo afirman los propios americanos. Un equipo de científicos de Cleveland estudió durante un año a cuarenta jóvenes; veinte de ellos alimentados fundamentalmente con hamburguesas y el resto con otras comidas. Los resultados fueron alarmantes. Los veinte adictos al **burgue** mostraban serias deficiencias de vitamina B-1 en su organismo. Por otra parte, los trastornos del metabolismo que producía la citada dieta se derivan, sobre todo, en una violencia incontrolable.

Alfredo García, un ciudadano español cuyo hijo murió por la llamada "neumonía atípica": "Este hombre me vendió el aceite". Y a él... ¿quién?

La desprotección del consumidor

Ante la catástrofe del aceite, aunque ya habían pasado más de tres meses desde que se detectaran los

primeros casos de la epidemia, el Consejo de Ministros decidió la creación de la Secretaria de Estado para el Consumo, que coordina los diferentes servicios de inspección diseminados hasta ahora en los distintos ministerios y que totalizan aproximadamente unos 2 mil inspectores en el terreno de la alimentación. Por otra parte, la flamante secretaria, según el decreto de su creación, deberá estudiar y profundizar todos los temas relativos al consumo al tiempo que reelaborar el proyecto de Ley del Consumidor; y ésta es otra historia ya que nadie explica por qué se aplazó su tratamiento en las Cortes por tres periodos consecutivos.

El proyecto de ley presentado por el gobierno, dicen los responsables de su redacción, contiene reglamentaciones claras y prevé sanciones muy duras contra los infractores. En este sentido, en el pleno del Congreso de los diputados que debatió el problema de la colza, se aceptó pasar a trámite de urgencia las reformas del Código Penal referentes a fraudes alimentarios.

Mientras tanto y ante la desprotección, los afectados han optado por asociarse. La iniciativa partió de Leganés, en la provincia de Madrid, un municipio de 220 mil habitantes que resultó gravemente alcanzado por el envenenamiento. Tiene una población que en su mayoria es de clase baja y preocupada por lo tanto por el ahorro en la comida: presa fácil para los defraudadores. En la actualidad, más de 3 mil personas se agrupan en Leganés, y otras localidades están siguiendo el ejemplo. Otro grupo de afectados, unos 800, puso su caso en manos de los abogados de la OCU (Organización de Consumidores y Usuarios). El debate parlamentario de los dias 15, 16 y 17 de septiembre, si bien no consiguió la reprobación de los ministros, por lo menos tomó algunas medidas concretas como una serie de reformas administrativas tendientes a reducir los márgenes de riesgo en el terreno alimentario y medidas de urgencia para solucionar los problemas de los afectados, tanto a corto como a largo plazo.

Según el doctor Mario Alfonso Sanjuán, son muchos los alimentos desnaturalizados que se venden en España: embutidos con nitritos, quesos contaminados, hamburguesas en mal estado. Asi, la compra diaria implica una rigurosa selección.

Pero el tema del aceite ha traído consecuencias colaterales: se está hundiendo la industria conservera porque nadie se atreve a comprar nada en lata que contenga aceite; se ha visto afectada la industria de la bollería ya que hay muchos productos de este sector, magdalenas y churros por ejemplo, que se elaboran con aceite. Algo similar ocurre con los embutidos y determinados quesos que se curan en aceite. Por otro lado, muchas empresas pequeñas están viendo mermar sus ventas porque los consumidores se inclinan masivamente por las marcas más conocidas, aunque sean más caras.

Para colmo, cuando todavía en la calle se comentaba el debate parlamentario de pocos días antes, ocurrió la nueva catástrofe: miles de personas en toda España acudieron a los hospitales, intoxicadas con mejillones en mal estado. Afortunadamente, por ahora, no ha habido victimas mortales aunque la diarrea continúa haciendo estragos.

Y POR MEXICO ¿QUE PASA?

Cuando llegaron las primeras noticias de España, nadie, ni aun allá, parecía entender qué sucedía. ¿Un virus? Muy especial en todo caso, atacaba a hombres, mujeres y niños pero siempre que fueran pobres... Luego se supo: el aceite adulterado que se vendía en los mercadillos, las garrafas a precios bajos... y aceite, y de oliva, justamente en España donde es poco lo que se salva de caer en la sartén... Entonces recordamos otras catástrofes similares, como esa vez que el botulismo diezmó a tantas familias o cuando los peces impregnados de mercurio devastaron aquella aldea japonesa. "Gracias a Dios aquí estas cosas no pasan" fue la reflexión común. Y es cierto, pese a nuestros males, que tenemos bien presentes, no hemos padecido una tragedia de este tipo... ¿alentador? Pues sí ¡qué duda cabe! Aunque no cerremos los ojos ante la siempre latente posibilidad del fraude o del accidente de consecuencias desmesuradas. Después, ya en el plan de escribir esta nota, tratamos de saber cómo se daba en México ese trastorno de nuestra época, el de los alimentos contaminados y adulterados,y entonces descubrimos que la cuestión no sólo pasaba por evitar los tacos en la calle; que había más, mucho más, pero sobre todo descubrimos que ni la alarma ni la omisión tendrían utilidad alguna y que de lo que se trataba era de tomar conciencia del problema y arremeter todos juntos, consumidores, autoridades, todos contra estos comestibles alterados que poco a poco nos pueden ir comiendo.

Bacterias, metales, detergentes...

El doctor Diego Fernández de Castro, de la Subsecretaría de Mejoramiento del Ambiente, nos habló sobre la magnitud que en nuestro país alcanza la contaminación de alimentos por agentes biólogicos. **"Es grave** —dijo—, **de ahí su influencia en las tasas de morbilidad y mortalidad en las que las enfermedades gastrointestinales ocupan el primer lugar desde hace varios años".** En este caso se trata de viejos conocidos —'salmonellas', 'shigellas', 'escherichias' y parásitos de todo tipo— que afectan es especial a las verduras, los mariscos, la leche y sus derivados. **"Un estudio realizado en quesos, cremas y helados** —dice la química Norma Villamar, de la UNAM— **reveló que el 60 por ciento de los productos analizados presentaba elementos capaces de provocar intoxicaciones".** ¿Las causas? No se trata de un misterio, las más importantes tienen que ver con la falta de condiciones sanitarias en el procesamiento y con el festín bacteriológico que se produce en cada puesto de venta en la vía pública.

Con todo, en este terreno se ha avanzado. Tal es el caso del agua que, en nuestras ciudades principales, ya ostenta un alto grado de pureza bacteriológica. Lo que sucede es que a los antiguos gérmenes patógenos los tiempos nuevos sumaron los agentes químicos y así la contaminación adquirió otra dimensión en un terreno aún poco conocido: **"Los efectos varían según la cantidad de contaminante que se haya ingerido** —dice el doctor Fernández de Castro—, **pero no se sabe demasiado sobre el daño causado por la baja ingestión que se hace en forma sostenida".** Y ahí nos encontramos con que el agua se contamina por desechos industriales que no alcanzan a ser filtrados en las capas superficiales a que se recurre, que las

En México, donde el problema más serio es la contaminación bacteriológica, la venta en la vía pública hace de las suyas. Aquí, un puesto de venta de quesos y crema en uno de nuestros mercados sobre ruedas. Y las condiciones sanitarias ¿dónde están?

plantas y animales incorporan plaguicidas, fertilizantes, antibióticos, aditivos y etcétera, que pescados y mariscos absorben y retienen metales, detergentes, hidrocarburos y tantas otras cosas que van a parar a ríos y mares con los residuos industriales y domésticos. De los estudios que se realizan para detectar contaminantes en los alimentos de mayor consumo en el área metropolitana de la ciudad de México nos habla el doctor Fernández de Castro: **"los resultados indican una alta frecuencia de contaminación por plomo en algunos productos enlatados (chiles, jugos, sardinas y atún), de cadmio y plomo en los ostiones y en menor grado en peces de escama y agua dulce, de aflatoxinas en el cacahuate. Pero, repito una vez más, la magnitud real del problema de la contaminación por agentes químicos no se ha determinado ni en México ni a nivel internacional".**

Lo fundamental es la ganancia

A diferencia de la contaminación, la adulteración de alimentos responde en casi la totalidad de los casos a fines estrictamente comerciales. Se trata de ganar más con un producto y lo que se hace es mejorar su aspecto y su color y prolongar su duración, o lisa y llanamente usar ingredientes más baratos aunque no sean los indicados. **"Aquí entran los aditivos y colorantes** —nos dice el ingeniero Sadot Nuñez Ochoa, de la Secretaría de Patrimonio y Fomento Industrial— **y aunque frecuentemente hay productos contraindicados por cancerígenos, no faltan los industriales que continúan usándolos para no aumentar los costos; también se adulteran muchos productos lácteos que no contienen grasa animal como se dice, sino grasa vegetal que es más barata, y otro caso es el de los brandys que se presentan como de uva y que contienen alcohol de caña".**

A veces la adulteración no tiene otra consecuencia que la de trampear al bolsillo del consumidor vendiéndole "gato por liebre". Pero no siempre es así; a muchos de los 'mejoradores' (ciertos colorantes sintéticos, conservadores como los nitritos, purificadores, etc.) se los asocia sospechosamente con efectos cancerígenos y a otros aditivos con consecuencias menos graves pero también perjudiciales para la salud.

¿Cómo le hacemos?

Estamos en la Subsecretaría de Mejoramiento del Ambiente dependiente de la Secretaría de Salubridad y Asistencia. Es aquí donde se concentra gran parte de los esfuerzos que se realizan a nivel oficial en torno al problema de la desnaturalización de alimentos. En el monitoreo de la contaminación química, biológica y microbiológica que está actualmente en implementación, se han recolectado decenas de miles de muestras de 54 alimentos para detectar metales pesados, alflatoxinas, parásitos y plaguicidas; un estudio en curso busca ubicar la presencia de estos últimos en la leche materna. Y es que estos elementos, difícilmente eliminables, se encuentran entre los más enconados enemigos. Casi siempre prohibidos en sus países de origen que no tienen reparos en exportarlos masivamente al Tercer Mundo, son vendidos y usados por las trasnacionales con absoluta indiferencia por sus efectos. **"La FAO y la OMS han elaborado para países como México códigos de recomendaciones sobre límites máximos de plaguicidas y toda una serie de medidas para atacar este tipo de**

LOS ACEITES QUE AQUI SE VENDEN

En el Boletín de Prensa correspondiente al mes de agosto de 1981, la **Asociación Mexicana de Estudios para la Defensa del Consumidor** difunde los resultados más sobresalientes de su investigación sobre aceites comestibles. Luego de señalar que la producción de aceites y grasas es deficitaria en México (un déficit de alrededor del 25 y 30 por ciento) lo que es causa de escasez en algunas ocasiones, el informe dice: **"Para nuestra investigación comparativa detectamos 34 marcas que incluyen cártamo, girasol, maíz, mixtos, oliva y soya. Como otros investigadores, que en 1976 denunciaron que el 30 por ciento de los aceites comestibles del mercado nacional estaban adulterados y se defraudaba al público, nuestra asociación encontró ahora un porcentaje de adulteración muy similar. Esto es, de los 34 aceites analizados, 10 se encontraron adulterados.**

"Entre los aceites de cártamo se encontraron adulterados: Casa, Patrona, Marfil y Puente. Dicha adulteración es a base de otros aceites, como soya o girasol. Entre los de girasol se encontraron adulteraciones en el Libertador y en el Grano de Oro (la adulteración fue con aceites de cártamo). Entre los aceites de soya se encontró el Canario, que no está hecho de soya (60 por ciento de girasol y 40 por ciento de cártamo) y el Pirámide con sólo 70 por ciento de soya. Entre los aceites de oliva se encontró adulteración en el Santa María (hecho con 50 por ciento de oliva y 50 por ciento de cártamo) y en el Virgen (80 por ciento de oliva y 20 por ciento de cártamo). De estas adulteraciones la más censurable es la de los aceites de oliva, ya que por su alto precio, el fraude al consumidor es de mayor cuantía... Debe explicarse que el consumo de estos aceites adulterados no provoca enfermedades, simplemente es un fraude que debe ser sancionado".

El estudio señala otras irregularidades en cuanto a las cantidades reales, los precios (**"lo más sobresaliente es el precio de El Español, un aceite mixto que cuesta 109.27 pesos el litro contra 29 y 34 pesos de otros del mismo tipo"**) y el etiquetaje, que frecuentemente no da indicaciones sobre fechas de caducidad, almacenamiento y presencia de colorantes y antioxidantes. Finalmente se insiste sobre la inseguridad de los envases de plástico y se aconseja la opción de recipientes de vidrio.

DOCTOR GARCIA SAINZ: "UN PROGRAMA PERMANENTE DE CONTROL SANITARIO"

Entrevistamos al doctor Mauricio García Sainz, titular de la Dirección General de Control de Alimentos, Bebidas y Medicamentos. Estas fueron sus respuestas:

—¿Qué medidas ha tomado la Secretaría de Salubridad y Asistencia para conocer los problemas de contaminación y adulteración de alimentos?

—La Secretaría de Salubridad y Asistencia, por conducto de la Dirección General de Control de Alimentos, Bebidas y Medicamentos, lleva a cabo un programa permanente de control sanitario, que incluye no sólo los alimentos sino las bebidas, tanto alcohólicas como no alcohólicas.

En forma permanente se realizan visitas de inspección a los distintos establecimientos industriales y comerciales y se toman muestras para análisis que se efectúan en la Dirección General de los Laboratorios de Salud Pública.

—¿Cuáles han sido los resultados de estos estudios?

—En el caso de la leche controlada por la Secretaría de Salubridad y Asistencia se encuentra que el 1.44 por ciento del volumen no es apta para el consumo humano; además, el 1.1 por ciento debe ser enviada para industrialización por no cumplir con todos los requisitos sanitarios para estar en condiciones de ser reprocesada.

En el caso de productos cárnicos el nivel de contaminación alcanza un 13 por ciento de las muestras estudiadas y se observa un 14 por ciento de adulteración técnica.

En el grupo de alimentos derivados de la leche, la contaminación alcanza el 35 por ciento de las muestras, con adulteración técnica en el 10 por ciento de las mismas.

En los productos no perecederos los niveles de contaminación son menores, alcanzando un tres por ciento de las muestras, con adulteración en un dos por ciento.

En el caso del pulque, el 6.4 por ciento de los barriles presenta contaminación o adulteración, que obliga a su derrama por no ser el producto apto para el consumo humano.

—¿Cuáles son los daños físicos o mentales que sufren o pudieran sufrir los mexicanos por alteración de alimentos?

—Dado que la mayor parte de los casos de contaminación que ocurren en México corresponden más frecuentemente para los consumidores de estos alimentos, es la intoxicación aguda alimentaria por gérmenes o toxinas y el desarrollo de enfermedades como la salmonelosis, la amebiasis y otras trasmitidas por contaminación de alimentos.

contaminación", afirma el ingeniero Sadot Nuñez Ochoa. Y no faltan quienes, a mediano y largo plazo, proponen medidas muy drásticas: sustituir la industria destructiva por aquella derivada de la tecnología intermedia y fundada en el uso de energía no contaminante, combatir los insectos nocivos mediante otras especies animales, suprimir totalmente los colorantes, reducir al máximo determinados fertilizantes, eliminar algunos fungicidas, buscar sustitutos a ciertos conservadores.

Pero mientras tanto ¿qué hacemos? Las posibilidades son muchas si tomamos conciencia del problema y de la importancia de nuestro rol como consumidores. **"Si determinada tienda ha vendido un producto en mal estado, vamos contra ella, no le compramos"**, dice el ingeniero Nuñez Ochoa, y para lograr esto hay que organizarse, recurrir a los organismos específicos, denunciar a los que violen las normas de salubridad, quejarse. En 1981, la Procuraduría Federal del Consumidor recibió numerosas denuncias contra establecimientos que proveían alimentos en deficientes condiciones sanitarias; entre ellas, 32 correspondieron a abarrotes y fruterías, 34 a tortilladoras, siete a venta de mariscos y seis a panificadoras. Pero... ¿Cuántas veces algunos de nosotros compró algo en mal estado y su reacción no pasó de un largo lamento de entrecasa? ¿Y usted no se encontró en alguna oportunidad diciéndose a sí mismo "qué le hace una mancha más al tigre" mientras se comía varias hamburguesas en plena vía pública? Lo que sucede es que en esta cuestión de los alimentos "una mancha más" puede ser la que el organismo —que resiste mucho pero tiene límites— ya no soporta y la respuesta será la enfermedad.

Entre los comestibles que requieren mayores y estrictas medidas de control los pescados y mariscos ocupan un lugar privilegiado. Sin higiene, sin refrigeración, sin agua en la mayoría de los casos, estos puestos improvisados son el paraíso de bacterias y gérmenes de todo tipo.

De ahí que sea importante seguir cuidadosamente las normas sanitarias, orientarse, informarse e integrar organismos de consumidores. A la contaminación bacteriológica —que es en nuestro caso la más seria— se la combate también desde la casa, la escuela, la manzana. Y para la adulteración y el fraude hay pocas barreras tan infranqueables como un público consciente, atento y vigilante.

[L.P. Información: Wenceslao Huerta]
España I: Ricardo Parrota España II: Lia Levit

REVISTA DEL CONSUMIDOR 59 / ENERO 1982

ESTUDIO COMPARATIVO DE MUÑECAS

¿Dónde quedó la muñeca fea?

Pilas que no entran bien, brazos que se zafan a las pocas horas de uso y partes peligrosas —como alfileres o grapas— son algunos inconvenientes que presentan no pocas muñecas que se venden en México. Esto, y un diseño sospechosamente racista, fue lo que descubrió un estudio comparativo a propósito de estos tradicionales juguetes.

¿Qué niña no ha recibido una muñeca el día de Reyes? Tal vez muy pocas. Empero, ¿cuántas han logrado llegar al próximo año con su juguete en buenas condiciones?; probablemente, también, muy pocas.

Y es que, lo sabemos, muchas veces las muñecas no son tan resistentes como parecen, o bien presentan riesgos para las niñas que las manipulan.

En ese contexto fue que la Subdirección Técnica del INCO llevó a cabo recientemente un estudio comparativo de muñecas, juguete que con seguridad aparecerá encima de muchos zapatos la mañana del 6 de enero.

Para determinar la calidad del producto, el estudio reparó en **seguridad, operación** y **durabilidad,** tanto en 16 muñecas mecánicas (operadas manualmente), como en 11 electromecánicas (con funcionamiento a pilas).

Para medir **seguridad** se tomaron en cuenta tres aspectos: partes cortantes, partes pequeñas (menores de 22 milímetros según la norma) y elementos punzocortantes como alfileres o grapas. Cuando no existió ninguna de estas fallas se calificó como **bien;** cuando apareció una de ellas se calificó **regular;** y **mal** cuando hubo dos o más fallas.

En el caso de **operación** fue diferente el tratamiento de las muñecas mecánicas de las electromecánicas. En estas últimas se consideró: el receptáculo de las pilas, falsos contactos, deficiente funcionamiento en cualquiera de sus componentes y cualquier otro elemento que hiciera actuar al mecanismo. Cuando el producto contó con instructivo y todos estos elementos funcionando correctamente, se le calificó **bien; regular** cuando existieron menos de tres fallas; y **mal** cuando no tuvo instructivo y presentó falsos contactos o no era adecuado el receptáculo de las pilas.

En el caso de las muñecas mecánicas los criterios de **operación** fueron: instructivo y movimientos en cabeza, ojos, brazos, piernas y resortes internos. Se calificó **bien** cuando las articulaciones funcionaron correctamente y había instructivo; **regular** cuando fallaron una o dos de las partes o no hubo instructivo; y **mal** cuando el producto presentó fallas en tres o más de sus partes.

La medición de **durabilidad** en las electromecánicas se hizo poniendo a funcionar las muñecas durante ocho horas utilizando no más de dos juegos de pilas. Cuando pasado el plazo seguían funcionando correctamente se les atribuyó **larga** duración; **mediana** cuando trabajaron con dificultad; y **corta** cuando dejaron de operar en una o más de sus funciones.

Para medir la **durabilidad** de los muñecos mecánicos se realizaron 100 ciclos de movimientos en cada una de sus partes. Cuando el juguete no sufrió desperfectos, la duración se consideró **larga;** fue **mediana** cuando algunas partes se zafaron; y **corta** cuando se rompieron.

Cabe señalar la importancia de este estudio, no sólo por ser las muñecas uno de los juguetes más solicitados por las niñas, sino por su exagerada publicidad —en donde parecería que prácticamente tienen vida propia— y su elevado precio.

Por otra parte, y más allá de controles de calidad, el estudio sacó a relucir otro aspecto que, sin que se note demasiado, va modificando ciertos valores en las niñas: el 95 por ciento de las muñecas investigadas tiene ojos claros y sólo una de cada 10 usa el pelo negro o castaño oscuro. Habría que ver si esta misma proporción es la que existe en las niñas mexicanas.

RECOMENDACIONES

- Guarde su nota de compra; en algunos casos es la única garantía.
- En muñecas electromecánicas exija la garantía por escrito.
- Si compra sus muñecas en puestos ambulantes corre el riesgo de no poder reclamar si hay algún problema.
- Compruebe que el empaque venga perfectamente cerrado y con todos los accesorios completos.
- De ser posible pruebe la muñeca en la misma tienda.
- Lea el instructivo antes de usar el juguete.
- Tome en cuenta las recomendaciones de manejo, edad y precauciones que vienen con algunas muñecas.
- Compruebe que la muñeca tiene las características que le atribuye la publicidad; si no es así, hágaselo ver a su hija.
- Y, por supuesto, recuerde que lo importante es el juego, no el juguete.

TABLA COMPARATIVA DE MUÑECAS

MODELO Y NOMBRE:	**1416 Katy y su teléfono**	**1436. Chupetitos.**	**1466. Caminitos con voz.**	**1487 Adiosito**	**1686. Juguetona**	**1688. Juguetona (con ropa diferente)**
CARACTERISTICAS:	Habla, tiene 2 teléfonos y discos	Toma mamila y chupón	Camina sola y canta	Mueve la mano y camina jalándola	Hace movimientos en el piso	Hace movimientos en el piso
SEGURIDAD	MAL	MAL	MAL	BIEN	MAL	MAL
OPERACION	MAL	MAL	BIEN	REGULAR	BIEN	BIEN
DURABILIDAD	MEDIANA	CORTA	LARGA	MEDIANA	LARGA	LARGA
MERCADO	REGULAR	REGULAR	BIEN	BIEN	BIEN	BIEN
PRESENTA GARANTIA	SI	SI	SI	SI	SI	SI
PRESENTA INSTRUCTIVO	SI	SI	SI	SI	SI	SI
PRECIO*	$579.00	$999.50	$999.50	$799.50	$899.50	$899.50
MARCA	LILI - LEDY					

TABLA COMPARATIVA DE MUÑECOS

MODELO Y NOMBRE	**1263. Gina**	**440 Bésame nena**	**430. Fiestecita**	**2501. Guardián Nacional**	**2517. Aviador.**	**2536. Agente especial**
CARACTERISTICAS.	Guiña los ojos al moverse el brazo	Da besos por succión	Infla globo, sopla espantasuegras y silbatos.	Adoptan posiciones del cuerpo humano (sólo cambian accesorios)		
SEGURIDAD	MAL	MAL	MAL	MAL	MAL	MAL
OPERACION	BIEN	BIEN	MAL	BIEN	BIEN	BIEN
DURABILIDAD	LARGA	LARGA	MEDIANA	CORTA	CORTA	CORTA
MERCADO	BIEN	MAL	MAL	BIEN	BIEN	BIEN
PRESENTA GARANTIA	SI	NO	NO	SI	SI	SI
PRESENTA INSTRUCTIVO	SI	SI	SI	SI	SI	SI
PRECIO	$499.50	$312.00	$411.00	$248.00	$248.00	$381.00
MARCA	ELIZABETH			MEDELMAN		

(*) en la última semana de noviembre

ARTICULADAS ELECTRONICAMENTE

1711. Nena feliz	**1795. Comiditas.**	**3000 Supermán**	**3020. Hombre araña**	**8115. Fortuna.**	**1286. Bebita gateadora**	**1762 Iris**	**1525. Activita**
Ríe y aplaude	Come y mancha pañal	Vuela sujeto a un cable	Vuela sujeto a un cable	Camina al ponerla en el suelo	Gatea al presionarse	Cambia el color de los ojos	Activa varios movimientos con los brazos y piernas
MAL	MAL	REGULAR	REGULAR	MAL	MAL	MAL	BIEN
BIEN	BIEN	REGULAR	REGULAR	REGULAR	BIEN	BIEN	MAL
LARGA	LARGA	MEDIANA	MEDIANA	MEDIANA	MEDIANA	LARGA	CORTA
BIEN	BIEN	BIEN	BIEN	REGULAR	BIEN	BIEN	BIEN
SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI
SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI
$899.50	$899.50	$381.00	$381.00	$718.00	$669.00	$599.50	$619.00
		ENSUEÑO		MICHELA	LILI-LEDY		

ARTICULADOS MECANICAMENTE

2538. Mecánico	**40. Karen**	**3175. Mister "Z" y caballo**	**3154. Canadá y caballo**	**3302. Washington**	**616. Caminadora conjunto**	**552. Caminadora conjunto**
	Camina jalándola de las manos	Adopta posiciones varias.	Adopta posiciones varias.	Adopta posiciones varias	Camina llevándola de la mano	Camina llevándola de la mano (más chica que la 616)
MAL	MAL	MAL	MAL	MAL	MAL	MAL
BIEN	BIEN	BIEN	BIEN	BIEN	BIEN	BIEN
LARGA	LARGA	LARGA	LARGA	LARGA	LARGA	LARGA
BIEN	BIEN	BIEN	BIEN	BIEN	BIEN	BIEN
SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI
SI	NO	NO REQUIERE	NO REQUIERE	NO REQUIERE	NO	NO
$381.00	$329.95	$123.00	$123.00	$123.00	$509.00	$389.00
	KAREN	EXIN-BOYS			BEATRIZ	

[S.J./ Información: Laura Breña y Carlos Deveaux de la Subdirección Técnica INCO]

EL INTERIOR DEL INCO

La labor del Instituto Nacional del Consumidor no se limita al D.F. Actualmente, 19 delegaciones funcionan en el interior y muchas más se abrirán durante el presente año. Es así que a partir de esta edición publicaremos información relacionada con la diaria labor que el INCO desempeña en diferentes puntos del país.

Tlaxcala: todavía fuera del consumismo

Con aproximadamente 30 mil habitantes, el municipio de Tlaxcala conserva esa imagen de tranquilidad, de tierra provinciana, donde el tiempo y las distancias tienen otra medida.

Tlaxcala, una de las ciudades más antiguas del país, pareciera inclinarse más allá de las características de una sociedad de consumo, pues carece de los grandes centros de autoservicio, posee sólo un mercado, la mayoría de sus tiendas son pequeñas y la publicidad escandalosa no forma parte del paisaje de la ciudad.

Sin embargo, Tlaxcala tiene también ciertas desventajas debido al atraso económico que padece, razón por la cual su comercio es pobre y los tlaxcaltecas se ven obligados en ocasiones a adquirir artículos de uso duradero (ropa, calzado y aparatos eléctricos, principalmente) en las ciudades de México y Puebla.

En este sentido, el señor Mario Rafael Lozano, director de Comercio del gobierno estatal, afirma: **"El comercio de Tlaxcala es muy deficiente, muy tradicional, y tenemos que aceptar que hay un sinnúmero de artículos, de primera necesidad en ocasiones, que no podemos encontrar aquí. De esta manera estamos tratando de impulsar el comercio, pero un comercio con justicia social, que no deforme aún más los hábitos de consumo de la población".**

Según datos proporcionados por el señor Samuel Briones Salazar, tesorero de la Cámara de Comercio de Tlaxcala, en este municipio hay aproximadamente 500 establecimientos comerciales, pero solamente 231 están registrados en esta agrupación, pues la mayoría son tendajones o tiendas pequeñas.

Por su parte, el licenciado Darío González García, delegado de la Secretaría de Comercio en esta localidad, reitera: **"El comercio en Tlaxcala se ha mantenido estancado; la mayoría de las personas tienen que realizar sus compras fuera de la ciudad. Aún cuando, por ejemplo en el municipio de Apizaco, algunas tiendas grandes han mostrado interés por atender a esta región".**

Una cifra elocuente del comercio en Tlaxcala es la que se refiere a que, en 1980, en todo el estado se realizaron ventas comerciales cercanas apenas a los 1,071 millones de pesos, **"aunque pensamos que lo declarado por los comerciantes no corresponde a la realidad, sino que las transacciones comerciales son un poco más elevadas"**, acota el señor Lozano.

Poco comercio... pero algunas irregularidades

A pesar de este panorama, el licenciado José Luis Arguijo, delegado del Instituto Nacional del Consumidor en Tlaxcala, afirma: **"Si es necesaria la presencia del INCO en este estado, ya que una de las tantas carencias que se tienen aquí es la total falta de información al consumidor para que ejerza sus derechos".**

Inaugurada el 15 de enero de 1981, la delegación del INCO brinda el servicio de transparencia de precios por teléfono, donde se informa del costo de 50 productos de primera necesidad.

"El número de consumidores que acude a la delegación es muy variable, depende de la temporada. Por ejemplo, en la época de compra de útiles escolares atendimos a un promedio de 80 consumi-

Tlaxcala: una ciudad que aún no se contamina con el consumismo

dores a la semana, que nos venían a pedir orientación; algunos nos informaban que los precios que dábamos estaban mal, pero nos parece interesante que de alguna manera el consumidor se sienta motivado por la labor del INCO e incluso nos venga a puntualizar algunas fallas que tenemos", agrega el licenciado Arguijo.

Asimismo, el programa de transparencia de precios se realiza a través de la televisión, la radio, la prensa y los carteles.

La utilidad de este servicio se demuestra al realizarse un recorrido por el mercado de Tlaxcala, donde se constata la disparidad de precios de un mismo producto; por ejemplo, el pollo que en un local se vende a 100 pesos el kilo, en otro tiene un precio de 120 pesos. **"Simplemente véalo con el jitomate, aquí se vende a 9 pesos el kilo, y en otra población que está a 30 kilómetros de Tlaxcala cuesta 18 pesos",** comenta la señora Ana María Hernández, de Huamantla.

Ante esto, y la escasez y ocultamiento de determinados productos, el gobierno del estado se ha abocado a la tarea de comprar grandes volúmenes de mercancía, como pollo, huevo y pescado para venderlos a un menor precio, **"en el kilo de pollo se ahorran 30 pesos las amas de casa",** informa el señor Lozano.

Otra de las acciones que realiza el INCO se refiere a la orientación que a través del teléfono y personalmente se le da al consumidor; asimismo, en el programa de televisión "Consumo y nutrición", que se transmite todos los jueves por TRM, se trata el aspecto de los hábitos de consumo.

"Claro que también tenemos las campañas a través de la prensa;

El pequeño comercio todavía reina en Tlaxcala

por ejemplo, en septiembre realizamos la de los útiles escolares, y en diciembre hay que subrayar la de juguetes y aparatos electrodomésticos", puntualiza el delegado del INCO.

Ante el desconocimiento que existe por parte del consumidor de las funciones de las oficinas públicas, el sector comercio, a través del INCO, edita un periódico mural en el que anotan los organismos a los que puede acudir el tlaxcalteca en caso de tener que presentar una queja o de realizar cualquier otro trámite. Este periódico mural se coloca en todas las oficinas públicas de los 44 municipios del estado.

Sistema de tianguis y compras en común

Entre las múltiples tareas del INCO también se pueden anotar las conferencias que se dan en diferentes lugares; las pláticas que se han tenido con los profesores de las escuelas federales y estatales; y la participación en el medio rural con el programa Conasupo-Coplamar.

El delegado del INCO anota que **"a través de estudios que hemos realizado nos hemos dado cuenta de los sistemas mercadotécnicos de algunos comerciantes que violan los precios, engañan al público y esconden los productos; también hemos detectado las carencias del estado, pues en un momento dado falta la sal, el huevo o el pollo".**

A su vez, en colaboración con la delegación del Instituto Nacional del Consumidor, la Dirección de Comercio del gobierno del estado contempla la realización de varias acciones para proteger al consumidor.

El señor Mario Rafael Lozano, titular de esta dirección, informa que para el año próximo **"se pondrá en marcha un sistema de tianguis, ya que es la manera tradicional de nuestro pueblo de hacer sus compras; de esta forma vamos a trabajar en cuatro áreas de influencia, cubriendo siete rutas diarias, 28 en total, dando preferencia a que sea el productor el que comercialice su mercancía".**

El interior del INCO

En este sentido, también se van a organizar a los comerciantes en pequeño para que realicen sus compras en grandes volúmenes y, por ende, vendan más barato al consumidor.

De igual manera, la Dirección de Comercio está elaborando un estudio con el fin de que los productos de Tlaxcala se vendan más baratos en todo el estado, ya que **"por ejemplo, nuestra entidad es una gran productora de papas, sin embargo, paradójicamente se consume más la papa industrializada y a un precio más caro"**, anota el señor Lozano.

Y agrega: **"Por esta razón también vamos a editar folletos que contengan recetas para que las amas de casa conozcan diferentes maneras de cocinar la papa y la consuman más. Lo mismo hemos hecho con el pescado; y es que la gente de Tlaxcala lo consume si se le ofrece bueno y barato, es un mito decir que aquí no gusta el pescado".**

En cada municipio una oficina de quejas

Si bien la abulia y la escasa información que se tiene de las oficinas de quejas son factores que impiden que el mexicano manifieste su descontento, también es cierto que se percibe que todos desean que existan este tipo de dependencias; por ejemplo, la señora Delfina Lucero Zúñiga, quien lleva residiendo 15 años en la ciudad de Tlaxcala, responde: **"No sé si exista algo que proteja al consumidor, pero sí creo indispensable que el gobierno lo cree, ya que necesitamos que alguien nos defienda y donde nosotros podamos exigir y reclamar".**

A su vez, la señora Perla Gutiérrez de Serrato, entrevistada un mediodía al realizar sus compras, puntualiza: **"Desconozco si hay oficinas del INCO y de la PFC en Tlaxcala, pero sí son necesarias para que nos defiendan y que todos tengamos conciencia y nos quejemos".**

Sin embargo, significativamente cada vez aumenta el número de personas que se acerca a este tipo de servicios. Así, el pasado mes de noviembre se inauguró la delegación de la Procuraduría Federal del Consumidor en Tlaxcala.

En este sentido, el licenciado Darío González García, delegado de la Secom, apunta: **"Anteriormente nosotros recibíamos las denuncias de malos servicios o ventas deshonestas, en este aspecto teníamos conocimiento de unas 15 quejas, aproximadamente, a la semana".**

Por su parte, el señor Lozano, de la dirección de Comercio, afirma: **"Actualmente tenemos cinco oficinas de quejas en todo el estado. Aquí en el municipio de Tlaxcala hemos recibido únicamente 12 denuncias formales. Es necesario que el consumidor tenga conciencia de que alguien le va a hacer caso".**

Un comercio alejado de los supermercados

Asimismo, el licenciado Dionisio Soriano, delegado de la PFC, anota: **"Vamos a trabajar por el consumidor de Tlaxcala y nuestra intención es abrir una oficina de quejas en cada uno de los 44 municipios de la entidad y en cada distrito".**

Por último, cabe decir que si bien Tlaxcala carece de los grandes centros de autoservicio y por lo tanto sus consumidores padecen para encontrar ciertos artículos de primera necesidad, es deseable esperar que el establecimiento de este tipo de comercio no conduzca a este pequeño estado a la órbita de la omnipresente sociedad de consumo.

[Wenceslao Huerta. Enviado]

"NECESARIA LA LABOR DEL INCO Y DE LA PFC": TULIO HERNANDEZ

"Tenemos un grave atraso en aspectos tales como el de la vivienda, el comercial, la recreación y otros servicios que podríamos impulsar, a costa de correr el riesgo de caer en injusticias, pero pensamos que estamos en la mejor oportunidad de que a la vez que modernicemos nuestro comercio y los servicios, atendamos con igual eficacia a los consumidores", afirmó el licenciado Tulio Hernández, gobernador de Tlaxcala, durante la inauguración de la Procuraduría Federal del Consumidor en esta entidad.

Y agregó para Revista del Consumidor: **"No quisiéramos que en Tlaxcala pasara lo que ha ocurrido en otros lugares, en donde el desarrollo se realizó anárquicamente, con muchos defectos y con perjuicios para el consumidor y después tuvieron que intervenir algunas instituciones para corregir estos errores".**

Por último, puntualizó que la labor del INCO y de la PFC no sólo es necesaria, sino que es indispensable e importante; **"además hay que subrayar que también es menester que se coordinen todos los organismos que componen el sector comercio para que realmente puedan ayudar, orientar y proteger a los consumidores de Tlaxcala".**

DELEGACION TLAXCALA
Av. Juárez 28. Teléfono 220-22.
Tlaxcala, Tlax.
Delegado: Lic. José Luis Arguijo Torres

Don Justo defiende a los regiomontanos

En colaboración con el Sistema Alimentario Mexicano, la delegación del Instituto Nacional del Consumidor en Nuevo León realiza una investigación en todo el estado, a fin de conocer las tendencias alimentarias de la población y orientar de una mejor manera el consumo en la entidad,

Por otra parte, a través del personaje "Don Justo", de aproximadamente 50 años de edad y que es un consumidor como cualquier otro, se lleva a cabo una campaña para que los neoloneses conozcan la Ley Federal de Protección al Consumidor y los establecimientos comerciales donde pueden comprar más barato.

"Don Justo" es una persona trabajadora, que valora realmente su trabajo y los ingresos que obtiene, razón por la que se preocupa de tener una buena plancación de sus gastos y satisfacer de la mejor manera sus necesidades.

"Don Justo", a pesar de la bondad y simpatía que refleja en su rostro, se defiende de los comerciantes que quieren abusar de él y da a conocer los artículos de la LFPC que pueden neutralizar estas acciones.

Así, el saludo de "Don Justo" a los consumidores de Nuevo León es: **"¡Hola!... Yo soy don Justo. Estaré aquí presente para informarte, orientarte y capacitarte en todo lo referente a la Ley Federal de Protección al Consumidor y adquisición de bienes y servicios".**

Por último, con este personaje se están realizando campañas en la prensa, radio y televisión, además, se están repartiendo calcomanías y carteles en las oficinas públicas y otros lugares de la entidad.

DELEGACION NUEVO LEON
Hidalgo 212 Ote. 43-74-48 y 43-74-82.
Monterrey, N.L.
Delegado: Lic. Daniel Osuna Amézquita

En León juegan a la Lotería del INCO

Todos recordamos la clásica lotería que de chicos jugábamos; pues bien, aprovechando esta ingeniosa creación mexicana, la delegación del INCO en León, Guanajuato, ha elaborado una lotería con frases alusivas a la defensa de los derechos del consumidor.

"Esta lotería se ideó para participar en las romerías y ferias de la región. Pueden jugar alrededor de 20 personas. Se tienen 54 barajas y cada cartón de los jugadores está dividida en 16 cuadros. Por ejemplo, se dice: cuídelo de las golosinas... ¡Cuídelo! y la respuesta es: el niño. Hasta el momento únicamente pensamos utilizar esta lotería en las ferias y romerías", afirma el licenciado Javier Ramos, de la delegación del Instituto en la entidad.

Otra de las actividades de esta delegación se refiere a la puesta de carteles, con frases alusivas a las campañas del INCO, en las salas cinematográficas de la Compañía Operadora de Teatros en las ciudades de León, Guanajuato, Acámbaro y Salamanca, con lo que se realiza un avance en la intención de beneficiar a los consumidores de todo el estado.

Hay que subrayar que por la radio se transmite un programa que se denomina "Quién es Quién en los precios en la zona rural", con lo que se orienta a los consumidores de las poblaciones de Manuel Doblado, Romita y San Pancho.

Finalmente, en el mes de diciembre se puso especial énfasis en la compaña referente al gasto del aguinaldo, **"pues es sabido que los problemas económicos de todo el año se derivan de los gastos que se realizan en este mes"**, anota el licenciado Ramos.

DELEGACION GUANAJUATO
Blvard. Adolfo López Mateos 1732
Pte. León, Gto.
Teléfonos: 445-99 y 626-76
Delegado: Lic. Luis Octavio Medellín Ochoa

Puebla: a pedir información por teléfono

A través del Sistema IOT (Información y Orientación por Teléfono), la delegación del Instituto Nacional del Consumidor en Puebla ha hecho posible que los poblanos no tengan que desplazarse hasta su local para pedir orientación. Simplemente marcando el número telefónico de la delegación se informa de todo lo que quiere saber el consumidor sobre precios, hábitos de consumo y derechos que otorga la ley.

Asimismo, el licenciado Ignacio Rojasvértiz, delegado en Puebla, afirma que con el servicio de transparencia de precios se persiguen tres objetivos: 1) el abasto: ya que al citar que en determinada tienda no venden algunos productos, se les induce a los comerciantes a tener la mayor cantidad posible de mercancía; 2) se alienta una sana competencia al investigar el precio de los artículos en los comercios, con lo que éstos se ven obligados a vender lo más barato posible; y 3) el ama de casa está en condiciones de decidir dónde comprar.

Asimismo, a fines del año pasado, en una reunión del Instituto de Estudios Políticos, Económicos y Sociales (IEPES), la delegación presentó una ponencia sobre las funciones y pretensiones del INCO, en su lucha por beneficiar a todos los consumidores del país.

DELEGACION PUEBLA
Av. Juárez 2309, Puebla, Pue.
Teléfonos: 48-29-11, 48-27-47 y 48-28-42
Delegado: Lic. Ignacio Rojasvértiz Delgadillo

Amplia difusión en Guadalajara

Inaugurada el 30 de abril de 1981, la delegación del Instituto Nacional del Consumidor en Guadalajara ha realizado una amplia difusión de su trabajo con los consumidores tapatíos. De esta manera, durante el intermedio de los encuentros de futbol que se juegan el en Estadio "Jalisco" una manta alusiva a los servicios que presta la delegación es mostrada a todo el público asistente.

Por otra parte, en la recién celebrada Segunda Muestra de la Agroindustria, en la capital jalisciense, el licenciado Flavio Romero de Velasco, gobernador de la entidad, visitó el estand del Instituto.

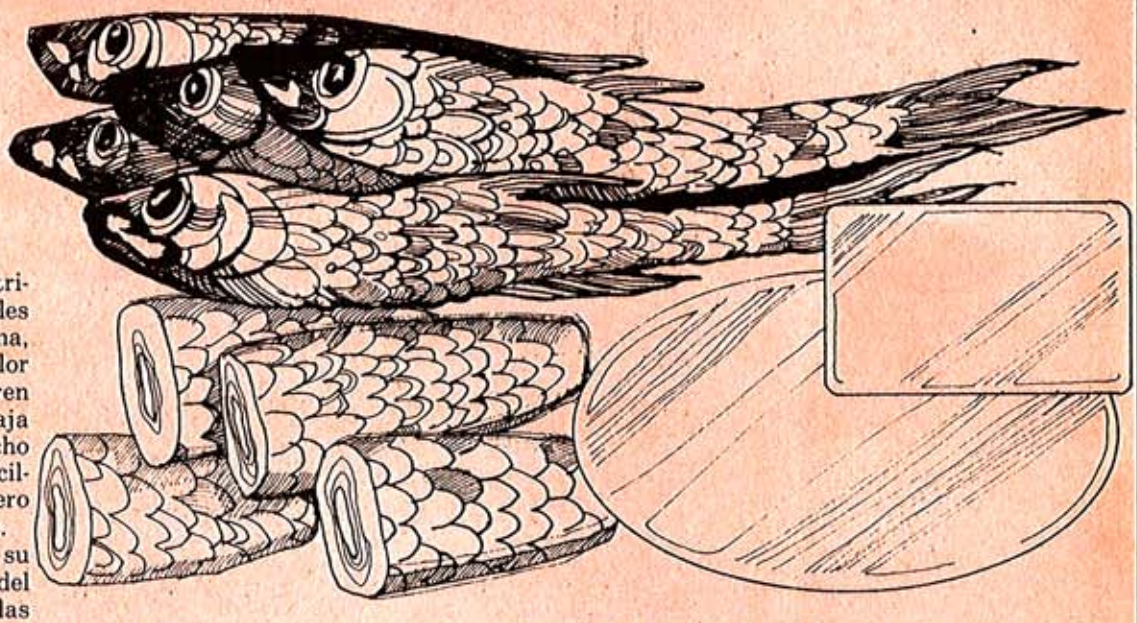
Por último, semanalmente se reparten dos mil carteles con los precios de los productos básicos y aparatos electrodomésticos, principalmente en mercados municipales, iglesias, centros deportivos y laborales, y centrales obreras, a fin de que el servicio de transparencia de precios sea conocido por la mayor cantidad posible de tapatíos.

[W.H.]

DELEGACION JALISCO
Niños Héroes 1633 letra C, Guadalajara, Jal.
Teléfonos: 11-84-96, 11-80-00, 12-80-39 y 12-81-06
Delegado: Lic. Mario Pizano Karam

Consumidor Prevenido Vale por 2

Atún y Sardina: sabrosa proteína



Entre los alimentos nutritivos, prácticos y versátiles están el atún y la sardina, que además de su alto valor alimenticio, si se adquieren enlatados poseen la ventaja de conservarse por mucho tiempo, almacenarse fácilmente y tener un sinnúmero de maneras de prepararse.

El atún, procedente en su mayoría de las costas del Pacífico y enlatado en las grandes plantas de Sinaloa, Veracruz, Baja California y Campeche, contiene un 24 por ciento de proteínas.

La sardina, por su parte, posee un 21.1 por ciento de proteínas y una elevada proporción de calcio (354 mg. por cada 100 gr. de peso neto). Los conocedores señalan que este tipo de pescado tiene mejor sabor si se le quita la piel; para ello basta frotar la sardina con limón y jalar después la piel con los dedos. Este procedimiento mejora su gusto sin detrimento de sus propiedades alimenticias.

En cuanto a su precio, destaca la economía de la sardina enlatada que tiene un costo promedio de 60 pesos el kilo. Y aunque el precio del atún es indudablemente elevado (alrededor de 200 pesos el kilo), puede ser materia prima para elaborar botanas muchos más baratas y alimenticias que las frituras que acostumbran darse en las reuniones (un kilo de papas industrializadas cuenta 325 pesos en promedio).

Además hay que tomar en cuenta que estos productos se aprovechan en un cien por ciento, pues a diferencia de las carnes rojas y las aves, la sardina y el atún enlatados no tienen desperdicio.

Con respecto a su presentación, ésta suele ser de 150 a 160 gramos de peso drenado en el caso del atún y desde 100 hasta 340 gramos en la sardina; en este último caso casi siempre resulta más económico comprar el tamaño grande (340 gramos) aún cuando las distintas presentaciones correspondan a una misma marca.

Viene a colación señalar que todo consumidor prevenido debe poner atención en el peso drenado indicado en las etiquetas de los productos enlatados, pues es éste, y no el peso neto, el que indica la verdadera cantidad de contenido.

Pero quizás lo más importante es que, si conjugamos rendimiento y propiedades nutritivas, encontramos que **se paga menos por un gramo de proteína de sardina que por un gramo de proteína de carne roja.** Así, mientras el costo de un gramo de proteína proveniente de un bistec de res es de 65 centavos, y el de pulpa de res de 75 centavos, por un gramo de proteína procedente de la sardina sólo hay que pagar –en promedio- 36 centavos.

Por su parte, el precio de cada gramo de proteína del atún es de 94 centavos en promedio, aunque en las presentaciones más económicas (es decir, las que dan más peso drenado por menos dinero) es de sólo 60 centavos.

Otra ventaja importante es que estos alimentos pueden prepararse de múltiples formas. Tanto el atún como la sardina pueden ser materia prima tanto de platos "fuertes" como de tortas, sandwiches, botanas o antojitos. Aquí le damos algunas sugerencias:

Budín de sardina

Ingredientes: una lata grande de sardinas en aceite o en salsa de tomate; 3 cucharadas soperas de mantequilla; 2 tazas de puré de papa; el jugo de medio limón; una cebolla pequeña picada; media cucharadita de sal de apio; 3 cucharadas de perejil picado; 3 huevos; sal y pimienta al gusto.

Preparación: Se parten las sardinas en trocitos y se incorporan al puré de papas;

se añade el jugo de limón, la cebolla picada, la sal de apio, el perejil, la sal y la pimienta, batiendo todo muy bien. Se derrite la mantequilla y también se añade a la mezcla. Por otro lado se baten las yemas de los huevos hasta que estén ligeras y se agregan. También las claras se baten, a punto de turrón, y se añaden poco a poco, revolviendo todo perfectamente. Se vierte todo en una cacerola engrasada con mantequilla y se hornea a 175 grados centígrados durante 30 ó 40 minutos. Alcanza para seis personas.

Tostadas de sardina

Ingredientes: una lata de sardinas; 10 aceitunas; una cucharada de alcaparras; 2 jitomates; 10 tostadas y queso rallado al gusto.

Preparación: Se deshuesan las aceitunas y se pican junto con las alcaparras. Se añaden a las sardinas también picadas. En cada tostada se pone una rebanada de jitomate y encima la pasta de sardinas. Se cubre con queso rallado.

Pastel de atún

Ingredientes: 2 huevos, una cucharada de harina, 1 taza de leche, 2 latas de atún, 5 tazas de migajón de pan, 1 cucharada de jugo de limón.

Preparación: Se calienta la mantequilla y se fríe la harina. Se añade la leche caliente y después se mezcla el atún junto con el migajón, la harina, los huevos y el limón. Se coloca todo en un molde y se hornea durante 45 minutos.

Atún botanero

Ingredientes: 1 lata de atún, 2 1/2 cucharadas de mayonesa y una lata chica de chiles en adobo.

Preparación: Se quita el exceso de aceite del atún y se revuelve perfectamente con la mayonesa. Se agrega el líquido de los chiles y éstos se pican antes de añadirlos a la mezcla. Se sirve untado en galletas saladas o habaneras.

Los módulos de información del INCO

Entre los servicios que ofrece el INCO a los consumidores está la orientación e información proporcionada a través de los módulos instalados en diversos puntos de la ciudad.

Estos sitios fueron colocados con el fin de ofrecer asesoría sobre los derechos de los consumidores y la manera de hacerlos valer. Ahí se ofrece información de la Procuraduría del Consumidor, Fonacot, Consejo Nacional de Población, Comisión Nacional Mixta de Protección al Salario y del propio INCO; además de algunas orientaciones sobre aspectos nutricionales.

Además de orientación verbal, los promotores instalados en los módulos ofrecen a los consumidores material impreso de manera totalmente gratuita. Destaca el "abc del Consumidor", una publicación del INCO que explica de manera sencilla y amena, con ágiles textos e ilustraciones, los derechos y deberes de los consumidores.

También puede conseguirse ahí el folleto "Una dieta Inteligente es una Dieta Prudente", elaborado por Fonapas y el Instituto Nacional de la Nutrición, que advierte sobre las consecuencias de la alimentación inadecuada y plantea las bases para la adquisición y conservación de una buena salud.

Revistas, folletos y otros son proporcionados a quienes visitan estos módulos, que dan servicio de 10 a 18 horas. Actualmente son 12 en la ciudad y están ubicados en las tiendas Conasupo de los siguientes lugares: Balbuena, Cuautitlán, La Viga, Netzahualcóyotl, Tlatelolco, Villa Olímpica, Centro Médico, Xochimilco, Churubusco, El Rosario, Gabriel Hernández y Portales.

Resulta pertinente aclarar también que los módulos han sido creados con la intención de ofrecer este tipo de información y orientación; pretenden ser medios para el acercamiento, para fomentar el interés de los consumidores en sus derechos y en cómo defenderlos. A esto se circunscribe su actividad, que se complementa con otros servicios —que también ofrece el INCO— como la Transparencia de Precios, actividad independiente, que hemos comentado aquí y que posee sus propios objetivos, de los cuales hablaremos en ediciones posteriores.

Cómo comprar

Cuando adquiera jabones de tocador, recuerde que:

+ Son mínimas las diferencias entre las distintas marcas: la mayoría tienen más o menos los mismos ingredientes.

+ Las diferencias residen generalmente en el perfume y otros añadidos que no influyen en la eficacia del jabón.

+ No está demostrada la utilidad de ingredientes como aceite de oliva, humectantes, etcétera.

+ Algunos jabones "desodorantes" contienen agentes antibacterianos que pueden ocasionar alergias e irritaciones en pieles sensibles.

+ Cualquier jabón común y corriente tiene efectos desodorantes, pues elimina las bacterias que provocan el mal olor.

+ Existen grandes diferencias de precios entre las distintas marcas de jabón, sin que el costo esté necesariamente relacionado con la eficiencia.

+ Los jabones más caros no son necesariamente los mejores.

+ La finalidad de todo jabón es limpiar, no perfumar.

+ No existen jabones capaces de proporcionar "cutis de porcelana" o maravillas similares.

+ Conviene comparar precios y tamaños y aprovechar las ofertas, no sin antes verificar que sean reales.

+ Cuando alguna marca de jabón provoca irritación cutánea se debe suspender su uso y consultar al médico.

Después de usarlo, hay que colocar el jabón en un lugar seco para evitar el desgaste innecesario.

Cocinando con el SAM

El secreto de una buena alimentación no consiste en gastar mucho; tampoco está escondido tras complicadas fórmulas sólo permitidas a iniciados. Consiste, en cambio, en una sencilla regla al alcance de cualquiera: saber combinar.

Así de simple; combinando adecuadamente los alimentos pueden elaborarse nutritivas comidas para todos los presupuestos. Hay tres grandes grupos de alimentos: los que proporcionan energía (E), los que aportan proteínas (P), y los que suministran vitaminas y minerales (VyM). El "chiste" está en incluir un alimento de cada grupo en cada una de las comidas.

Para facilitar la identificación de los alimentos de cada grupo, el Sistema Alimentario Mexicano y el Instituto Nacional de la Nutrición han elaborado un cuadro de alimentos que se ha distribuido en las tiendas para que esté a la vista del público. También se publica periódicamente en algunos diarios.

En esta sección sugeriremos mensualmente un menú económico que incluya alimentos de cada grupo en cada comida. Como estos ejemplos, cada quien puede elaborar los menús adecuados a su familia, de acuerdo con sus gustos y posibilidades.

Desayuno: chilaquiles con huevo y salsa de jitomate, jugo de naranja y café con leche.

(E) 5 tortillas	$ .80
(VyM) 1/2 jitomate	4.00
(P) 6 huevos	11.70
(VyM) 12 naranjas	16.00
(P) 1 1/2 lt. leche	18.60

Se cortan las tortillas en cuadritos y se fríen. Se licua el jitomate (de ser posible con cebolla y ajo) y se fríe. Se baten ligeramente los huevos y se mezcla todo, dejando un rato al fuego.

Comida: crema de zanahoria, chiles rellenos de picadillo con arroz, agua de guayaba.

(VyM)	5 zanahorias medianas	$ 10.60
(P)	2 huevos para capear	4.00
(VyM)	6 chiles poblanos	2.40
(P)	500 gr. de carne molida	44.85
(E)	1 plátano macho	6.40
(E)	1 taza de arroz	5.45
(VyM)	1/2 kg. de guayabas	27.80
(P)	1/2 lt. de leche	6.20

Se cuecen las zanahorias, se licuan junto con la leche y se ponen a fuego lento por cinco minutos, agregando agua, sal y pimienta al gusto y un poco de mantequilla (no indispensable).

Se fríe la carne molida con cebolla, agregando el plátano cortado en cuadritos. Los chiles se desvenan, se "pelan" y se rellenan con el picadillo. Se capean con el huevo batido y se fríen. Se acompañan con arroz blanco.

Cena: Molletes con frijoles y café.

(E) 6 bolillos	$ 3.00
(P) frijoles refritos	5.00
(P) 50 gr. de queso fresco	7.35
(VyM) salsa mexicana	6.00

Los bolillos partidos a la mitad se untan con frijoles refritos. Se espolvorean con queso. La salsa se hace con cebolla, jitomate, cilantro y chile verde, todo picado.

El costo total de este menú para seis personas es de $ 180.15

(Información: Elvia I. Ochoa)

Podemos comer mejor sin gastar más

El secreto para mejorar la nutrición es combinar adecuadamente los alimentos al preparar nuestras comidas - algo que no siempre hacemos por desconocer cuáles productos son los mejores para nuestro organismo.

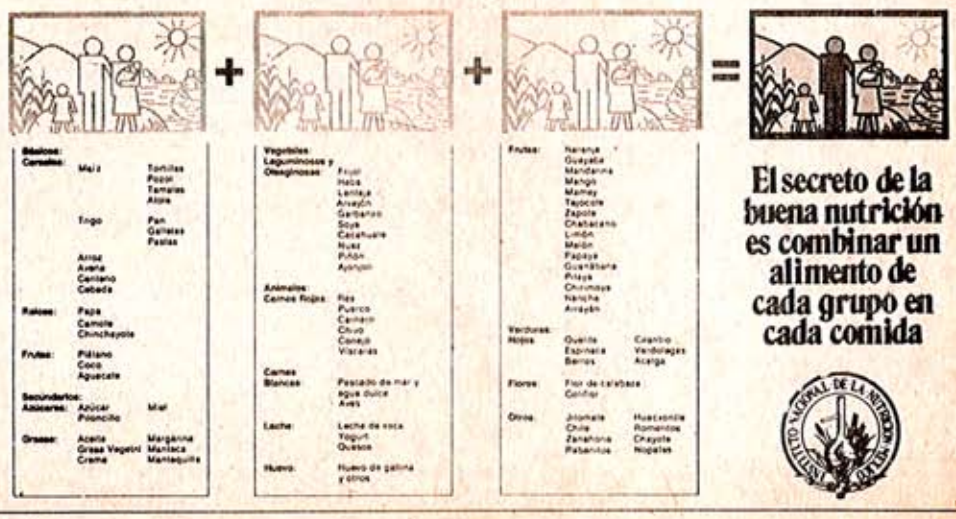
Combinando, todos podemos alimentarnos mejor sin gastar más.

Para ayudarle a identificar los alimentos que sí nutren y sus posibles combinaciones, el Sistema Alimentario Mexicano y el Instituto Nacional de la Nutrición preparamos el Cuadro de los Alimentos que aquí presentamos.

Consúltelo y haga todas las combinaciones que desee, de acuerdo a su gusto y su presupuesto, para que mejore la nutrición de su familia... sin gastar más.

No olvide que los buenos resultados que el SAM está obteniendo en la producción de alimentos básicos sólo serán completos si usted y su familia se alimentan mejor.

CUADRO DE LOS ALIMENTOS PARA MEJORAR LA NUTRICION



LAS CUENTAS CLARAS

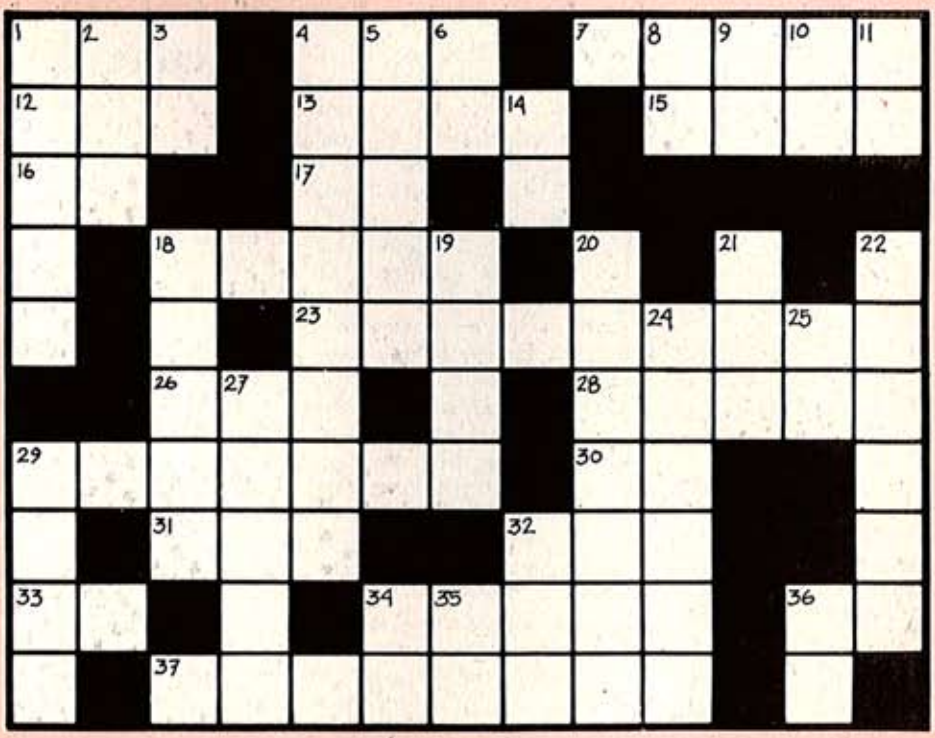
¿De tela o de papel? Si uno se guía por los anuncios, no dudará en elegir la de papel. "Práctica, desechable, suave"... y muchas cosas más. Todo esto es cierto, pero también lo es que resultan caras comparadas con las de tela, aunque no se nos escapa que a éstas hay que lavarlas, ni tampoco —en honor a la verdad— que el trabajo sea excesivo.

Hagamos cuentas: seis servilletas de tela pueden costarnos 26.55 pesos (calculando que un metro de tela de 60 centímetros de ancho sale en 29.50 pesos en La Viga) y durarnos un año y medio; en ese lapso —y usándolas sólo como tales— necesitaríamos un equivalente en servilletas de papel de 500 unidades, cuyo precio es aproximadamente de 59.80 pesos. La diferencia, de alrededor de 33 pesos, se duplica si uno decide utilizar las servilletas de papel en cualquiera de los otros fines que los anuncios promueven.

De ahí que antes de optar por una u otra de modo excluyente, lo mejor es pensar qué es lo que necesitamos y no olvidar que los gastos "chicos" al juntarse pueden formar una montaña.

CRUZADAS DEL CONSUMIDOR

MAURICIUS



HORIZONTALES.-

1) Prefijo. Significa **nuevo, reciente.** 4) Mensualidad (esfuércese por estirarla lo máximo posible, controlando sus egresos). 7) La **Ley Federal de Protección al Consumidor** es para su beneficio; hágala... 12) Fruto de la vid. 13) Lugar de delicias frecuentado por Adán y Eva, antes del pecado consumista de la famosa manzana. 15) Exponer al fuego un manjar crudo para volverlo comestible. 16) Interjección. 17) Del verbo decir, 18) Intestino del hombre (cuídelo; evite comidas en condiciones antihigiénicas). 23) Sustancia para hermosear la tez (ojo con la publicidad engañosa; la que promete embellecer hasta a Drácula...). 26) Pimiento, chile, 28) Seis y uno. 29) En letras, capítulo de la **Ley Federal de Protección al Consumidor** referido a la "Publicidad y Garantías" de los anunciantes. 30) Nombre tercera letra del abecedario castellano (con ella comienza la palabrita **carestía**). 31) Inic. de **Organización de Estados Americanos.** 32) Carburo de hidrógeno (evite su fuga para impedir intoxicaciones. ¡Prudeeencia!). 33) Afirmación. 34) Carne asada. 36) Dirigirse, encaminarse. 37) Personas encargadas de combatir incendios y auxiliar en otros siniestros; (por las dudas, ¿tiene el teléfono de estos servidores públicos a mano?).

VERTICALES.-

1) En letras, año de la década de 1970 en que se celebró el **Año Internacional del Niño** (Festejo que debe proseguir cotidianamente, sin alharacas ni fechas oficiales). 2) Primera mujer, según la Biblia, (sin complicaciones de cosméticos o modas en el vestir). 3) Cuarta y primera de las vocales. 4) Remedio, medicamento (a cargo del profesional idóneo; no de la automedicación espontánea). 5) Protagonista de dos famosas tragedias de Sófocles (el del célebre complejo con su mamá). 6) Tengo conocimiento. 8) Insistimos: iniciales de **Alcohólicos Anónimos.** 9) Inic. nombre y apell. del escritor mexicano que conduce, por Canal 13, **Fuera de Serie** (recomendable programa). 10) Interjección. 11) Inic. actual presidente de USA (el de la bombita de neutrones). 14) Negación. 18) Bebida. (Afición de la que dicta cátedra alcohólica Antonio Quinn, en anuncios publicitarios). 19) Limpieza, higiene (Precaución para emplear con los alimentos, la vajilla, etc.) 20) Pez comestible (al horno, frito, asado o como sea, es muy rico en proteínas). 21) Del verbo reír. 22) Orden de mamíferos; entre ellos, el ratón (combátalo, para evitar su proliferación). 24) Duros, rígidos. 25) Inic. de la entidad sindical que tiene a su cargo la sección. **La voz de los trabajadores,** unas páginas más atrás. 27) Frase para completar, y practicar: "Lo importante no es el juguete; es el..." 29) Que no tiene sal. En masculino. 32) Primeras tres letras de nuestra famosa plaza, llena de mariachis siempre disponibles para turistas. 34) Primeras dos letras del alfabeto castellano. 35) Del verbo saber. 36) Dos, en numeración romana.

Solución en la pág. 30

DICCIONARIO ANTICONSUMISTA

Mauricius

Cuestión nomás de evitar lo superfluo e innecesario en este tipo de festejos.

YERNO.- *Respecto de una persona, marido de su hija.*

Uno de los personajes indispensables intervinientes en el proceso conducente al matrimonio. Su voz y voto también influye, en el momento preciso, como para transformar ese importante paso en una celebración austera y gozosa... o en un alevoso endeudamiento a lo largo de varios años.

YERRO.- *Falta o delito cometido por ignorancia o malicia. Error.*

No sabemos por qué cuestión subconciente, se nos ocurre asociarlo, automáticamente, al "error" de peso en el que habitualmente incurren quienes despachan embutidos, quesos y rubros afines en los supermercados o tiendas. Los cursos de **entrenamiento** *que seguramente deben seguir antes de ingresar en esos establecimientos los capacitan para que, siempre, cometan el "error" de pesaje en más y nunca en menos.*

A la clásica y consabida preguntita que hacen surgir en esos momentos ("¿Se lo dejo?"), opóngase con toda la energía del caso. Si pidió tantos gramos, exija que respeten su pedido original.

YO.- *Pronombre personal. En filosofía, afirmación de conciencia de la personalidad humana como ser racional y libre.*

Esta última, trascendente acepción digna de ser ejercida en los más diversos órdenes de nuestra vida. En cuestiones de envergadura (arduo y complejo terreno en el que preferimos no entrometernos) o en aquellas acciones simples y cotidianas a las que es preciso, igualmente, prestarles debida atención. La afirmación a través de ellas, racional y libremente, guarda estrecha relación con diversas campañas emprendidas y sostenidas por el INCO en el área del consumismo.

YOGUR.- *Leche cuajada por el fermento láctico.*

Es muy bonita y llamativa, en general, la presentación comercial de este producto. No obstante, de tanto en tanto (o lo más seguido posible) conviene no dejarse impactar por esta apariencia exterior y entrarle de lleno a la elaboración casera del mismo.

NORMAS COMERCIALES

Dos casos más que hay que conocer

1) El mundo de los productos para limpieza es muy amplio: polvos, jabones, detergentes verdes, amarillos, pintitos, líquidos con olor a amoniaco. Dentro de estos últimos hay uno (Ajax Amonia) que hasta hace unas semanas se anunciaba por televisión a través de un comercial en el que una mujer le daba a oler el producto a otra, diciendo "tiene amonia, huela", a lo que la segunda mujer inhalaba el líquido y exclamaba "¡Qué poderoso!".

Una escena aparentemente sin complicaciones que tiene sus inconvenientes. El producto efectivamente contiene amonio, considerado como una sustancia peligrosa para su inhalación, por lo que resulta inadecuado que el anuncio sugiera la aspiración de sus emanaciones para comprobar su poder. Por el contrario, una publicidad seria y que cumpliera con su misión informativa debería sugerir precaución al público consumidor en el manejo del producto y especialmente en la inhalación del mismo.

En este sentido precisamente la Dirección General de Normas Comerciales de la Secretaría de Comercio solicitó en meses pasados la modificación del citado anuncio como requisito indispensable para permitir la publicidad del Ajax Amonia por televisión.

2) El arraigado malinchismo que nos caracteriza hace que las empresas deseen anotar en sus productos la leyenda "Calidad de Exportación", con la convicción de que por ese solo hecho sus ventas aumentarán. Y aunque desgraciadamente tal vez tengan razón, por fortuna este tipo de prácticas está prohibida por la Ley Federal de Protección al Consumidor.

De esto tuvieron que enterarse los dueños de la empresa Legumbres Refrigeradas después de pedir autorización para usar la leyenda citada en sus productos, junto a un sello que indicaba "USA GRADE".

La Secretaría de Comercio respondió negativamente a esta petición, toda vez que, dada la situación actual en el mercado nacional, ésto daría pie a prácticas desleales en la comercialización de los productos, pues es un hecho que este tipo de frases en el contexto de nuestra realidad induce a creer que existe una calidad para el mercado interno y otra para el externo. Además, está prohibido usar en nuestro país sellos de calidad ajenos a nuestra reglamentación y en otro idioma distinto al español.

aeroméxico informa

Su compañía de aviación le puede hacer reservaciones de espacios para vuelos de otras aerolíneas siempre y cuando utilice usted por lo menos un tramo de su compañía de aviación; cuando confirme su vuelo en una aerolínea puede solicitar sus conexiones con otra línea aérea.

Las compañías de aviación le dan la facilidad de adquirir boletos para una tercera persona localizada en otra ciudad; al pagar el valor del servicio solicitado, el empleado de la oficina de boletos le entregará un comprobante y notificará a la ciudad correspondiente para que se expida el boleto a favor de la persona que usted indique.

Por otro lado, si por alguna razón usted requiere de alimentos especiales, únicamente por algún vuelo internacional, puede solicitarlo al confirmar su reservación; todas las aerolíneas le ofrecen este servicio en sus vuelos internacionales para que usted disponga de comida vegetariana o kosher.

Las líneas aéreas también le pueden dar servicio de reservación de cuartos en hoteles nacionales o internacionales al momento que usted confirme su salida y previa solicitud; indique a la persona que le atienda en la oficina de reservaciones sobre el tipo de cuarto y categoría de hotel que desea, posteriormente le llamarán por teléfono para informarle sobre esta reservación.

SOLUCION A LAS CRUZADAS

¿Y POR QUE NO UN ANUNCIO DE...?
Podría ser así:

Peso moneda nacional

Mexicano, ciento por ciento, y el más estable de América Latina en lo que va del siglo XX.
Rendidor, si se lo utiliza con mesura.
Hecho a nuestra medida, que es la de las grandes empresas nacionales.
Y con un gran futuro por delante: satisfacer completamente las necesidades básicas de 70 millones de habitantes.

Peso m/n: todo un mundo dentro de nuestras fronteras

INSTITUTO NACIONAL CONSUMIDOR

EL ANTICOMERCIAL DEL MES

Exageración al instante

Ya es habitual: los productos sintéticos —o concentrados— pretenden ir desplazando a lo fresco y natural. Primero fueron los consomés de pollo, luego los saborizantes de chocolate, los jugos de naranja, las aguas de fruta y, ahora, los licuados.

No está mal que la tecnología en alimentos permita el surgimiento de estos productos; después de todo, han sido creados en latitudes donde no abunda la fruta en su estado natural. Pero en México, donde todo el año hay plátanos y donde constantemente se consiguen fresas, mameyes o guayabas, resulta superfluo un producto que los sustituya.

Y lo peor es que lo anuncien como "un verdadero licuado, como el que yo hago en casa", cuando, en rigor, son más artificiales y menos nutritivos que los preparados con fruta fresca.

Porque, en definitiva, para estar bien alimentado sin gastar mucho, lo fresco y natural sigue siendo lo mejor.

el brinco

Coordinación: Teófilo Huerta

En tus nuevas 16 páginas:

Echate un brinco a la ducha
y báñate con petróleo

¿Tu mochila aguanta mucho, poquito o nada?

**Los aztecas
no consumían
igual que nosotros**

Bríncate las golosinas
y dile sí al huevo

Proponemos

Que no vendan cosas que te hacen perder el tiempo en cosas como el cubo mágico

Que no pasen comerciales entre los programas de la T.V. porque en mucho casos el programa que dura 1 hora, dura más o menos 30 minutos, y los minutos sobrantes siempre son puros comerciales.

Por Brisa y Karen

Deja que tu lápiz escriba

ENTREVISTA AL PRIMO DEL GANSITO

El otro día en la escuela "Plan de Ayutla" de la colonia "El Reloj", Carlos González, alumno del cuarto año, llamó mucho la atención pues iba acompañado de un tierno y alegre gansito.

Debidamente abrigado con su jorongo para no pescar una pulmonía tan común en estos días, el gansito entró al colegio sin dejar de vigilar el lunch de su dueño.

— "Por favor no me vean así, yo no vengo a darles malos consejos. Yo soy el primo del Gansito y siempre hay diferencias en una misma familia".

— Entonces ¿tú no recomiendas como tu primo pastelitos industrializados?

— "Claro que no, ¡bríncala!" —dijo y sacudió la cabeza.

— ¿Los has probado?

— "Un día, en la casa de mi primo. Desde entonces no he aceptado otra invitación suya".

— ¿Por qué los pastelitos industrializados no alimentan?

— "Pues porque tienen mucha azúcar que engorda y pica los dientes. No tienen nada de leche y están compuestos por sabores artificiales. ¡Son el antibrinco!"

— ¿Por qué tu primo siempre pide que lo recuerden?

— "Porque teme que todos los niños lo olviden rápidamente".

— ¿Y es cierto que hace todas esas cosas de esquiar, velear y nadar?

— "Pues, ¿qué les puedo decir?, esos son trucos de la televisión".

— Entonces, ¿qué trae Carlos de Lunch?

— "Ah, una torta de jamón que su mamá le hizo y una pera, ¡ay!, ya se me antojó".

La chicharra sonó, todos debían entrar a sus salones, no sin preguntarle al inteligente gansito:

— Oye ¿y tu primo?

— "Está enfermo de chorro por comer pastelitos industrializados".

¿Con qué te diviertes

Una cosa es el juguete y otra la diversión.

Posiblemente muchos niños recibieron en navidad y día de reyes una gran cantidad de juguetes de esos que anuncian en la televisión.

Entre ellos, las muñecas que hablan y caminan, las autopistas, los trenes eléctricos y en fin, muchos más que sirven para un rato y luego se dejan en un rincón olvidados o descompuestos.

Para jugar no hay como el entusiasmo y la imaginación, así como lo que nos platicaron unos amigos:

Luis Guillermo Rivero (13 años): "Juego futbol americano con mis amigos o primos con un balón sencillo, en el que no gastamos mucho dinero".

¿Más cuando juegas?

Luis Arnal (11 años): "Lo que más me gusta es recoger piedras raras de diversos tipos. Tengo un amigo que se llama Diego y vamos a un lugar en Cuernavaca donde hay algunas muy bonitas. Ya tenemos colección".

Ana Margarita Saucedo (8 años): "Juego al lobo. Mis compañeras y yo llevamos globos, los inflamos y un niño que es el lobo trata de alcanzarnos y romperlos. Gana la niña que conserva su globo sin reventar".

María Fernández (7 años): "En la escuela hay una montañita de arena roja (tezontle). En el centro hay un basurero viejo al que convertimos en robot con cajas y palos añadidos. Tratamos de llegar con el robot y saludarlo".

Martha Teresa Moguel (10 años): "Me encanta jugar al resorte y brincar. Tengo ya mucha habilidad".

Como los anteriores niños, muchos más se divierten cuando juegan a la roña, a las escondidillas o a los encantados. Juegos que no necesitan de juguetes y que te divierten más.

Y tú ¿te bañas con petróleo?

Si piensas que no, estás equivocado.

Aunque lo creas de cotorreo es de verdad, porque cuando utilizas agua caliente gastas energía que se origina ya sea por el gas o por el cambustible que emplea un calentador de leña.

Y eso no es todo: porque aunque te bañaras con agua fría, el jabón con que lavas tu cuerpo está hecho con ácidos grasos y ésteres, los cuales se obtienen del petróleo.

Como debes saberlo, México tiene mucho petróleo, pero éste pronto se va a terminar, por eso si eres inteligente no gastes petróleo de más: báñate rápido sin desperdiciar agua ni jabón.

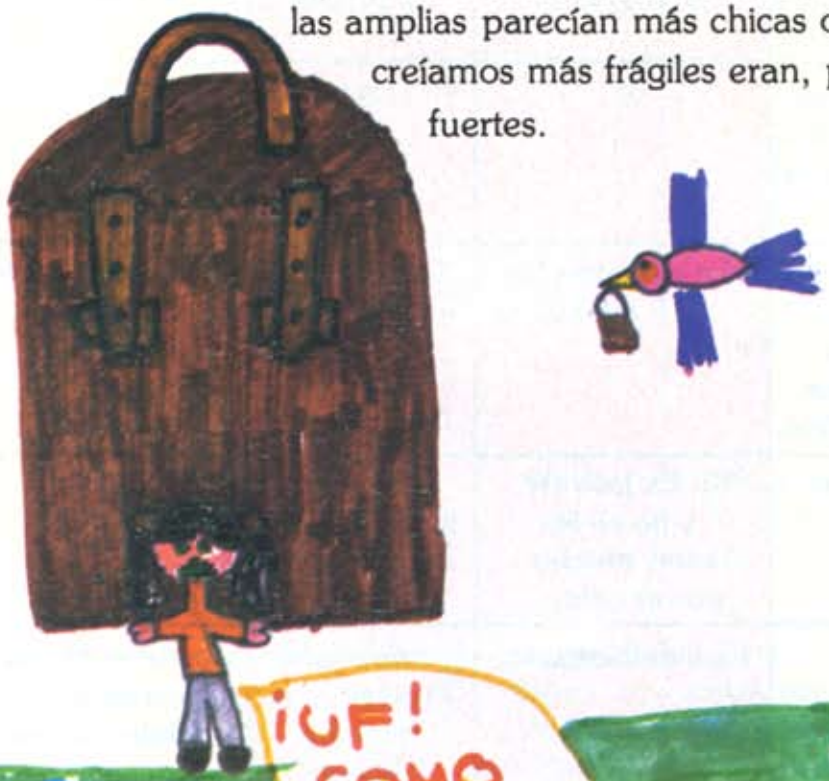
¿CUANTO AGUANTAN LAS MOCHILAS?

Por Mary Name

Una tarde, nos reunimos Carlos, Brisa, Karen, Manuel, María y Rosita para hacerles las pruebas a varias mochilas y morrales.

Las hubo muy duras para las pobres mochilas, algunas de las cuales se rompieron y deformaron antes de ser estrenadas. Pero otras resistieron los embates ¡hasta los del perro!

Lo curioso es que después de cargarlas, jalarlas y arrastrarlas, encontramos que algunas eran diferentes de lo que suponíamos. Por ejemplo, las amplias parecían más chicas o al revés, y las que creíamos más frágiles eran, por el contrario, las más fuertes.



Nosotros llegamos a las siguientes conclusiones:

Karen

Mi mochila ideal

Mi mochila ideal sería elástica y (_____) que se estirara.

Resorte →

Karen

LAS MOCHILAS QUE PROBAMOS

¿Qué dice en su etiqueta?	Creaciones Huerta.	No tiene marca aparente.	Distribuidora Amada.	Creaciones España.	Creaciones Bulita.
¿Qué tipo de mochila es?	Morral de algodón.	Morral con interiores de plástico. Color azul.	Morral de mezclilla azul.	Morral de mezclilla azul.	Lazos de mezclilla con asa de plástico.
¿Es cara o barata?	$ 140	$ 161.95	$ 219.95	$ 134.50	$ 29.90
¿Se puede cargar cómodamente?	No. Se le salen los libros si no se carga por la espalda.	Sí.	Sí.	No. Sólo tiene un asa.	Sí.
¿Le cabe mucho, poquito o nada?	Le cupieron los 15 libros, promedio máximo que cargas los niños.	Le cupieron los 15 libros.	Le cupieron los 15 libros.	Le cupieron los 15 libros.	Le cupieron los 15 libros.
Aguanta los rayones de pluma	No mucho pero es lavable.	Si. Es lavable y no se le notan mucho por el color.	Sí. Es lavable, pero se despinta.	Muy poco.	No.
¿Qué más tiene?	Costuras débiles en las asas que se rompieron al primer jalón. Indeformable.	Es indeformable.	Indeformable. Protege muy bien los libros.	Costuras buenas en las asas pero débiles en las bolsas externas que se rompieron al primer jalón.	Indeformable pero se le desprendió el protector del ojal. Es muy inseguro.

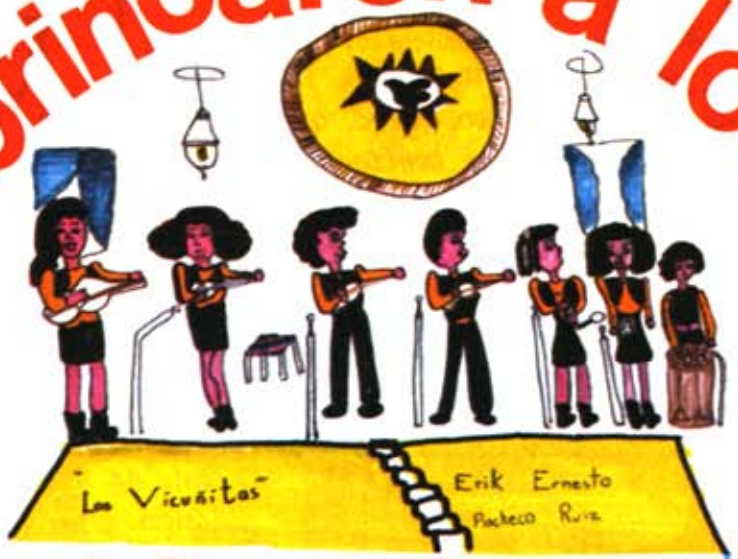
Mi mochila ideal

Que sea de un material resistente, que le cupieran muchos libros, que el material sea ligero, que tenga un diseño muy bonito, que los colores fueran bonitos.

Carlos

No tiene marca aparente.	Fulton.	Petacas Rionda.	Abtik	Nova.	Abtik	¿Qué dice en su etiqueta?
Portafolio de plástico.	Mochila de cartón.	Mochila de cartón imitación piel, con correas de piel.	Mochila de plástico.	Mochila de plástico.	Mochila de vinil.	¿Qué tipo de mochila es?
$ 109.85	$ 199.90	$ 199.90	$ 356.95	$ 199.90	$ 268.00	¿Es cara o barata?
Sí.	No mucho. Saca ampollas.	No. Lastima los dedos.	Sí.	Sí.	Sí.	¿Se puede cargar cómodamente?
Poquito. Le cupieron 7 libros.	Poquito. Le cupieron 7 libros.	Poquito. Sólo 9 libros.	Le cupieron 13 libros.	Le cupieron los 15 libros.	Le cupieron los 15 libros	¿Le cabe mucho, poquito o nada?
No.	No.	No.	Sí. Es lavable.	Sí. Es lavable.	No.	¿Aguanta los rayones de pluma?
Mal cierre. Roturas internas. Deformable.	Malos acabados en las costuras externas. Deformable. No se raya al arrastrarse porque tiene botones metálicos.	Deformable. También tiene botones metálicos.	Indeformable. Tiene botones metálicos.	Parece chica pero no lo es. Indeformable. Tiene botones metálicos.	Indeformable. La correa mayor se rompió cuando se jaló.	¿Qué más tiene?

Los Parchis brincaron a los Vicuñitas



Por Marilupe, Cristina, Laura y Erik

Sí, los **Parchis** brincaron a **Los Vicuñitas** porque los primeros son más conocidos, pero ¿a qué se debe?

En 1979 surgió en España un grupo de cinco niños que cantan y bailan. Ellos llevan el nombre de **Parchis** que es un juego de fichas. Este grupo se ha presentado en varias partes del mundo; han grabado dos discos de los que se han vendido millones y ya filmaron su primera película.

También en 1979 nació en México el grupo de **Los Vicuñitas** (nombre que se refiere a unos animalitos con lana que viven en Los Andes), integrado por siete pequeños de 7 a 14 años. Su mayor interés es el de tocar la música folclórica para que se conserve por muchos años.

Para saber lo que **Los Vicuñitas** piensan de **Parchis** fuimos a la casa de los primeros. Israel, Ernesto, Hortensia, Blanca, Antonio, Carmen y Claudia, quienes se han presentado en obras de teatro, festivales y peñas, nos platicaron que son primos hermanos y que heredaron de sus papás el amor por la música.

— ¿Por qué a muchos niños les gusta **Parchis?** —les preguntamos.

— Nosotros pensamos —nos dijeron— que gustan porque sus melodías tienen un ritmo muy pegajoso.

— Yo creo —señaló Toño— que ellos son una especie de títeres, pues nada más les ponen la música y la cantan y bailan, pero ni siquiera, como nosotros, conocen los instrumentos musicales que intervienen ni el origen de las canciones que interpretan.

Sobre lo anterior nos dimos cuenta que tenían mucha razón, pues **Los Vicuñitas** tocan varios instrumentos como: guitarra, cuatro venezolano, charango, bombo, quena, triángulo, cascabel, pandero, maracas y el caparazón de tortuga. Pero lo más interesante es que no sólo los tocan sino que los conocen muy bien, saben el momento indicado en que deben intervenir y el ritmo que le dan a la melodía que interpretan, además ellos estudian canto con su maestro Alfredo Sánchez. Por su parte, los famosos **Parchis** sólo intentan cantar con sus voces chillonas y en lugar de tomar clases de música reciben unas de baile con el fin de aparecer más atractivos, baile que tampoco tiene gracia pues es copia del que realizan adultos influenciados por esa cosa que se llama moda.

Finalmente, como dijo Carmen: **"Parchis** cuenta con una publicidad muy exagerada".

Al terminar nuestra visita, **Los Vicuñitas** nos despidieron con "La Muralla", que es una bonita canción y con la que nos demuestran que tienen más conocimiento musical y por lo tanto su mérito es mayor al de **Parchis.**

Como consumían los Aztecas

Por Abigail Cervantes

La curiosidad por saber qué comían los pueblos prehispánicos, llevó a Dulce María de ocho años, Anabelli de diez y Lino de doce, a visitar las ruinas del Templo Mayor en el Zócalo y el Museo Nacional de Antropología e Historia en Chapultepec.

Para los mexicas o aztecas, tanto niños y adultos, era muy importante la alimentación. Ellos consumían legumbres, frutas, granos, carne, mariscos y algas entre otras cosas.

Al emperador Moctezuma le llevaban el pescado fresco el mismo día que lo sacaban de las aguas del puerto de Veracruz. Para ello los "pochtecayotl" o cargadores, corrían desde ese puerto hasta la Ciudad de Tenochtitlan con unos costales a la espalda. El recorrido lo hacían los hombres mediante relevos.

En el mercado de Tlatelolco, que era muy limpio, se encontraban muchos alimentos necesarios para el organismo como maíz, frijol, chile, aguacate, calabaza, chilacayote, nopal, tomate, jitomate, venado, armadillo y pescado. El mercado tenía un gran orden; había secciones de aves, de animales terrestres como los reptiles, de verduras, frutas, granos, pieles de animales y la sección de cerámica entre otras.

Hoy visitar el Templo Mayor es como entrar en una máquina del tiempo y conocer realmente las construcciones que hicieron los hombres de antes, así como saber que para alimentarse ellos se brincaban todo lo que no era nutritivo como lo son ahora las golosinas y refrescos industrializados.

Ojalá y siempre recordáramos lo que ellos decían: "Ten cuidado de las cosas de la tierra. Haz algo, corta leña, labra la tierra, planta nopales, planta magueyes. Así tendrás qué beber, qué comer, qué vestir. Con eso estarás en pie".

¿Qué es y a dónde va?

Un modesto y tímido personaje
quiere que tú descubras
su nombre.

Es redondo, pero
no bota como una pelota.

Es chiquito como un pollito,
pero da fuerzas como un león.

Lo puedes encontrar de color blanco
y, a veces, de color rojizo, café y hasta
rosa. Pero ahí no acaba el color;
cuando lo partes y mmm... te lo comes,
se combinan el amarillo y el blanco.
Y cuando sale de su casita encontramos
¡un platillo volador!, ¡un pequeño sol!,
o lo que tú quieras imaginar.

Por Guadalupe Sánchez y
Martha E. Patiño

Me adivinaste: ¡soy el HUEVO! ¿Pero sabes? estoy muy triste porque muchos niños no me quieren comer, o si lo hacen no saben para que sirvo. Aunque estoy chiquito, soy muuuyy grande por dentro. Soy nada menos que la casa de muchas familias: la familia proteína, la de la vitamina, la familia de las calorías y la de las grasas, que a lo mejor tú ya conoces, y no son tan aburridas como crees.

¡Ah! estas familias son muy aventureras y quieren salir a explorar un reino fantástico, llamado el cuerpo humano. Cuando el cascarón del huevo se rompe y su contenido se prepara tibio, revuelto, cocido o estrellado, las diferentes familias entran por tu boca y se inicia el gran viaje.

Así es como ellas entran directamente a tu cuerpo: "Viva, qué emocionante es tu organismo. Nosotras las proteínas somos la parte más importante de tu cuerpo, no se puede vivir sin nosotras. Te ayudamos a crecer, a desarrollar tus músculos y a fortalecer tus huesos, somos el alimento de ese lugar que se llama cerebro, ahí donde guardas tus pensamientos, las canciones, tus sueños, en fin, donde está tu imaginación.

También nosotras las proteínas somos necesarias para cada una de las células que forman tu cuerpo. Cuando nosotras llegamos, la célula se alegra, respira, crece, se reproduce, está lista para trabajar y para darte energía".

Recuerda, si comes huevo te mantendrás sano y contento, y podrás caminar, correr, pensar, jugar y claro... ¡dar brincos!

Una moneda para gastar

Por José Luis Carrasco

¡Una moneda! Me gané una moneda por mi buen comportamiento. ¿Qué me compraré con ella? Deberá ser algo que me guste mucho. ¿Qué podrá ser?

Si compro chiclosos se me acaban y a lo mejor me salen duros como la otra vez. Si compro malvaviscos se me acaban y no tienen ningún provecho alimenticio. Si compro la lamparita-pluma ya no me servirá después porque no se le cambia la pila.

¿En qué gastaré mi moneda de premio?

Lalo está en un hoyo del que no puede salir, muchas ideas brincan en su mente, pero ninguna le convence. Quiere algo que le divierta, que pueda usar muchas veces y que esté a buen precio. Y si es un alimento, que se trate de algo muy delicioso y nutritivo.

A ver si los comentarios de estos chicos sobre lo que hacen con sus monedas le ayudan a elegir.

Fernando Villa Stopelli (8 años): "Con 20 ¢ puedo hablarle por teléfono a mis amigos. Con una moneda de $5 compraría un rico helado de vainilla. Con una de $10 un reloj de plástico para aprender la hora y con una de $20, una rosa para adornar la casa".

Erik Pacheco Ruiz (7 años): "Con una moneda de un peso compraría un plátano; con una de 5, un plátano y dos naranjas y si tuviera una de 20, plátanos, naranjas, manzanas, mucha fruta porque juego futbol americano y eso me ayuda".

Cristina Pacheco (11 años): "Me gustan las monedas porque no se rompen como los billetes. Yo con una de 50 ¢ compro estampas para mis trabajos escolares. Con una de $5, un pliego de papel lustre y con una de $10, una bonita regla triangular".

Edna Mora Chávez (6 años): "Me encantan las monedas porque brillan. Si me dan una de 10 o de 20 centavos no me alcanza para nada, pero con una de 10 pesos puedo comprar una pluma".

Julián Gerardo Mayorga (12 años): "Cuando tengo un peso me compro dos galletas de chocolate. La mayoría de las veces prefiero guardar en mi alcancía las monedas que me regalan, así juntaré lo suficiente para comprarme un libro de cuentos, un juego de memoria o un perro".

Laura Pacheco (9 años): "Yo prefiero las monedas, porque cuando llueve y se mojan no se maltratan. Si tuviera una de $10 compraría cartulinas, lápices, gomas, sacapuntas y crayones, con ellos dibujaría un gran zoológico y muchas cosas más".

UNA PREGUNTA PARA MASTICAR

(Si quieres saber la respuesta, pon de cabeza la página)

(No se puede. Y eso que muestran en la tele es simplemente un truco, hecho con el dibujo de una bomba grande. Tú mismo puedes descubrir otras trampitas como ésta, si miras los anuncios con atención. Anímate y nos cuentas los resultados por carta).